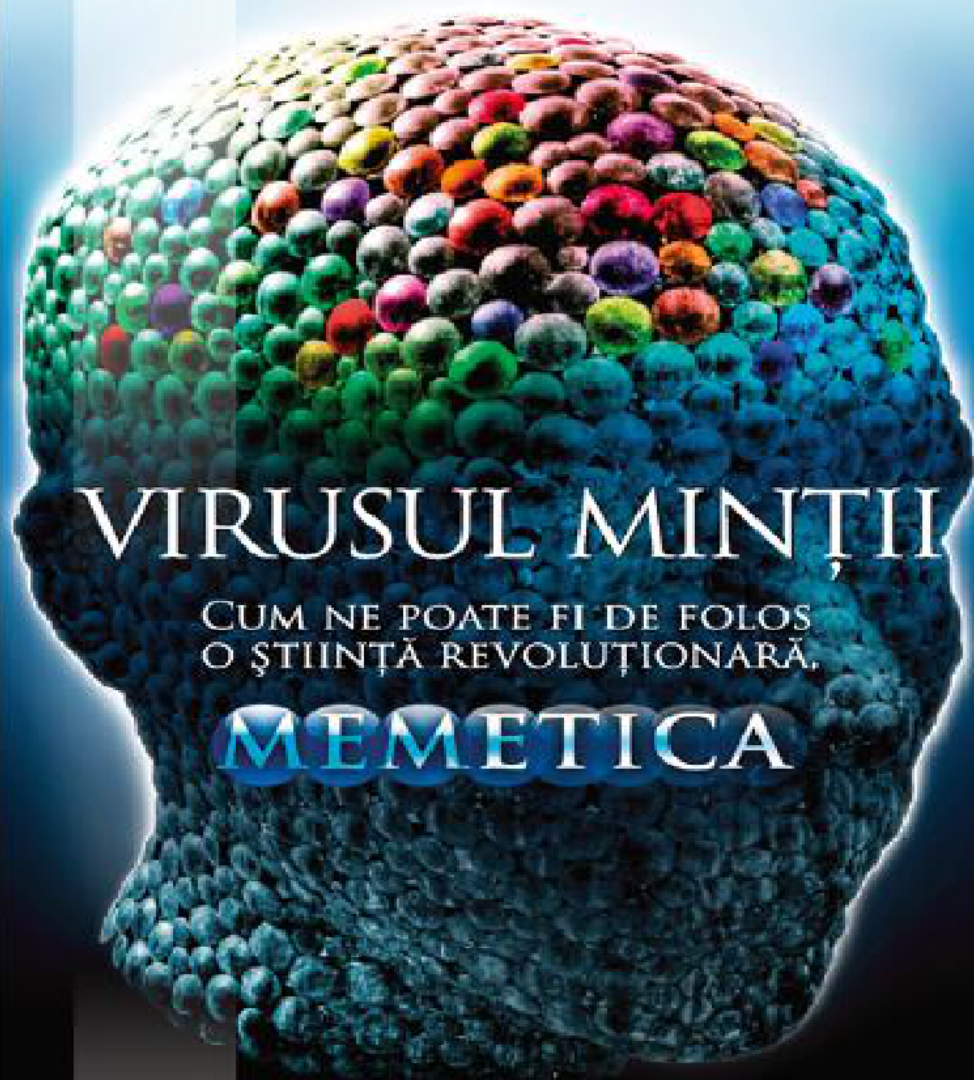


TOTAL

Richard Brodie



VIRUSUL MINȚII

CUM NE POATE FI DE FOLOS
O ȘTIINȚĂ REVOLUȚIONARĂ.

MEMETICA

Editura Paralela 45

Richard Brodie

Virusul minții

**Cum ne poate fi de folos o știință revoluționară,
MEMETICA**

Toată lumea e infectată. Toți avem gusturi, dorințe și feluri de a lucra și de a trăi care nu ne aparțin. Acestea sunt virusuri ale minții: acestea sunt meme. Cu toții le posedăm și cu toții le transmitem mai departe.

În sine, ăsta e un lucru bun. Capacitatea noastră de a învăța și de a transmite altora idei asemenea unor virusuri poate nivela diferențele într-un fel incredibil de subtil. Totuși, puterea virusurilor minții poate fi și ea manipulată – și este manipulată – cu ajutorul unei alte puteri: mass-media. Companiile de publicitate, guvernele, corporațiile multinaționale știu foarte bine cum un singur fragment de idee poate să scape liber și să infecteze pe toată lumea.

În această extraordinară prezentare a memelor și a influenței pe care o pot exercita acestea, Richard Brodie ne explică modul în care tot ceea ce ține de viața noastră este controlat de meme. Dar putem prelua controlul asupra modului în care gândim. Citind această carte veți afla:

- Ce sunt memele și cum vă afectează;*
- Cum să vă răspândiți propriile meme;*
- Cum să vă reprogramați pe voi înșivă și pe cei din jur.*

Această carte conține cunoștințele necesare pentru a vă putea modifica în mod fundamental fiecare aspect al vieții, doar devenind conștienți de virusurile minții.

De care dintre ei veți alege să vă lăsați infectat?

Virus of the Mind e Richard Brodie, 2009

Paralela 45, 2010

Traducere din limba engleză de Amalia Mărășescu

*Mamei mele.
Mary Ann Brodie,
care m-a făcut să gândesc...*

AVERTISMENT: Această carte conține un virus al minții viu. Nu citiți mai departe dacă nu sunteți dispuși să fiți infectați. Infecția poate afecta modul în care gândiți într-un fel mai mult sau mai puțin subtil – sau chiar vă poate modifica radical viziunea curentă asupra lumii.

Introducere

Criza minții

„Ce păcat este să-ți pierzi mintea, dar e păcat și să nu ai minte”.

Dan Quayle, operând mutații asupra memelor din motto-ul United Negro Collège Fund „Este un lucru groaznic să-ți pierzi mintea”.

Această carte conține și o veste bună. Așadar înainte de a începe să vă spun despre felul cum virusii minții se răspândesc liber prin lume – infectând oameni cu programări nedorite, așa cum virusul de calculatoare Michelangelo infectează computerele cu instrucțiuni de autodistrugere – vă voi da vestea bună...

Vestea bună este că mult-așteptata teorie științifică ce unifică biologia, psihologia și știința cognitivă a fost descoperită. Un efort interdisciplinar făcut de oameni de știință din toate aceste domenii cam în ultimii 20 de ani – de fapt din 1859 și de la Charles Darwin, dacă doriți – a produs o nouă știință numită *memetică*.

Știința memeticii se bazează pe evoluție. Teoria lui Darwin despre evoluția speciilor prin selecție naturală a transformat radical domeniul biologiei. Oamenii de știință aplică acum teoria evoluționistă modernă la felul în care funcționează mintea, la cel în care învață și se dezvoltă ființa umană și la felul în care se fac progrese la nivel cultural. În acest mod, domeniul psihologiei va fi transformat de oamenii de știință care se ocupă de memetică așa cum biologia a fost transformată de Darwin.

Acelora dintre noi care tânjesc să se înțeleagă pe ei înșiși, studiul memeticii le oferă imense satisfacții. Eu mai consider și că cei care înțeleg memetica vor avea mai multe avantaje în viață, mai ales pentru că nu vor putea fi manipulați sau folosiți cu foarte mare ușurință. Dacă înțelegeți mai bine modul în care vă funcționează mintea, puteți face față mai bine unei lumi a manipulării din ce în ce mai subtile.

Acum vestea proastă... Vestea proastă este că această carte conține mai multe întrebări decât răspunsuri. Mai ales pentru că memetica a

relevant existența *virusilor minții*, dar nu ne spune decât foarte puține lucruri despre ce anume să facem cu ei.

Virusii minții au existat mereu de-a lungul istoriei, dar evoluează și se modifică în mod constant. Sunt părți contagioase din cultura noastră care se răspândesc rapid la nivelul populației, modificând gândirea și viața oamenilor. Virusii minții includ multe lucruri, de la cele relativ inofensive, ca fustele mini și expresiile argotice, până la cele care afectează în mod serios viața oamenilor, cum ar fi numărul mare de mame singure care nu lucrează și beneficiază de alocații, bandele de tineri Crips sau Bloods¹ și cultul religios al ramurii davidienilor². Când aceste părți de cultură ne plac, nu este nicio problemă. Totuși, așa cum virusul Michelangelo programează calculatoarele cu instrucțiuni care să le distrugă datele, virusii minții ne pot programa să gândim și să ne comportăm în așa fel încât să ne distrugem viața.

Aceasta este cea mai surprinzătoare și mai profundă informație pe care ne-o oferă memetica: gândurile noastre nu sunt întotdeauna ideile noastre originale. Noi receptăm gânduri – suntem infectați cu ele, atât direct de alți oameni, cât și indirect prin virusii minții. Se pare că oamenilor nu le place ideea că nu dețin controlul asupra gândurilor lor. Faptul că oamenii nici nu doresc măcar să se gândească la acest lucru este probabil principalul motiv pentru care cercetările științifice făcute până acum nu sunt mai cunoscute. Așa cum vom vedea, ideile care nu plac nu sunt atât de molipsitoare.

Problema devine mai complicată și pentru că nu ne dăm seama imediat dacă programarea pe care o primim de la un anume virus al minții este nocivă sau benefică. Nimeni nu s-a alăturat vreunui cult religios cu intenția de a i se spăla creierul, de a se muta în Guyana și de a se sinucide. Când adolescentul Bill Gates a luat, în timp ce se afla la Harvard, virusul minții care-l făcea să joace poker, a fost acest lucru nociv pentru că îl îndepărta de la studii? Sau a fost benefic pentru că l-a ajutat să ia decizia să renunțe la facultatea respectivă, să construiască Microsoft și să devină multimiliardar?

Schimbarea de paradigmă

Din când în când, lumea științei trece prin ceea ce se numește o modificare de paradigmă. Aceasta se întâmplă când una dintre presupunerile noastre fundamentale, de bază se modifică, așa cum s-a întâmplat când am înțeles că nu universul se învârte în jurul Pământului, ci Pământul în jurul Soarelui. O altă modificare s-a petrecut atunci când Einstein a descoperit relația dintre spațiu și timp și dintre materie și energie. Fiecare dintre aceste modificări de paradigmă au avut nevoie de timp pentru a fi acceptate de

comunitatea științifică și de încă mai mult timp pentru a fi acceptate de oamenii obișnuiți.

Virusii minții, ca întreaga știință a memeticii, reprezintă o modificare majoră de paradigmă în cadrul științei minții.

Pentru că înțelegerea acestei noi științe implică o schimbare majoră în modul în care oamenii percep mintea și cultura, a fost greu pentru ei să o accepte. Așa cum se întâmplă cu orice modificare de paradigmă, memetica nu se încadrează în modul existent de a privi lucrurile, de a înțelege lumea.

Șiretlicul, atunci când înveți o nouă paradigmă, este să o lași deoparte pe cea curentă și să înveți, mai degrabă decât să încerci să adaptezi noile cunoștințe la modelul tău deja existent. Nu pot fi adaptate! Dacă ești gata să lași deoparte modul de gândire curent suficient de mult timp pentru a lua în considerare patru concepte, dintre care unele, sau chiar toate, pot fi noi pentru tine, vei fi răsplătit cu înțelegerea memeticii. Odată cu această înțelegere, sper, vine și un îndemn la acțiune pentru toți cei preocupați de viitorul vieții omenеști.

— Primul concept – vedeta spectacolului – este **memul**, pe care îl prezint în Capitolul 1 și care va juca un rol foarte important în această carte. Memul stă la baza culturii în același mod în care gena stă la baza vieții. Așa cum subliniez în Capitolul 2, meriele sunt pietrele de temelie ale culturii nu doar la scară mare – alcătuind țări, limbi și religii – ci și la scară mică: mecele sunt pietrele de temelie ale minții noastre, programările „computerului” nostru mintal.

— Al doilea este conceptul de **virus**. Se știe foarte bine de existența virusilor în biologie și în domeniul calculatoarelor. Acum vom vedea cum apar în domeniul minții și al culturii, în domeniul memeticii. În Capitolul 3, voi face paralele între cele trei universuri diferite în care există virusi pentru a vă arăta la ce ne putem aștepta de la virusii minții în viitor.

— Al treilea concept care contribuie la această modificare de paradigmă este cel de **evoluție**. „Evoluție” este unul din acele cuvinte pe care mulți oameni le folosesc gândindu-se că vorbesc despre același lucru, dar având de fapt idei diferite despre ce este și ce înseamnă. Voi discuta despre cea mai recentă teorie a evoluției elaborată de oamenii de știință în Capitolul 4 și despre cum se aplică ea la meme în Capitolul 5.

— Al patrulea concept necesar pentru a înțelege virusii minții este noua știință a **psihologiei evoluționiste**. Acest domeniu studiază predispozițiile și mecanismele minții noastre care au evoluat pentru a ne asigura supraviețuirea și reproducerea. Unele dintre aceste predispoziții iau forma unor resorturi psihologice care pot fi acționate pentru a străpunge mecanismele noastre de apărare mentală. Am

numit această parte a cărții „Criza minții” în loc de simplu, „Introducere” pentru că cea dintâi acționează mai multe resorturi: atrage mai bine atenția și va fi citită de mai mulți oameni. Am numit această carte *Virusul minții* și nu *Introducere în memetică* din același motiv.

Subiect controversat la ora actuală, psihologia evoluționistă studiază și explică multe dintre diferențele stereotipe dintre bărbați și femei, mai ales în ceea ce privește comportamentul de împerechere. Capitolul 6 se ocupă de partea legată de împerechere a psihologiei evoluționiste. Capitolul 7 acoperă aspectele legate de supraviețuire.

Memetica se bazează pe aceste patru blocuri conceptuale pentru a forma o nouă paradigmă a modului în care a evoluat și evoluează cultura. Face lumină asupra unei probleme importante a umanității:

Vom permite selecției naturale să ne facă să evoluăm la întâmplare, fără nicio considerație legată de fericirea, satisfacția sau spiritul nostru? Sau vom lua în mâini frâiele propriei noastre evoluții și ne vom alege singuri o direcție?

Memetica ne oferă cunoștințele și puterea de a ne dirija propria evoluție mai mult decât am făcut-o vreodată în cursul istoriei. Acum că avem puterea, ce vom face cu ea?

O amenințare la adresa umanității

Un virus al minții nu se răspândește prin strănut, ca gripa, sau prin sex, ca SIDA. Nu este ceva concret. Virușii minții se răspândesc prin intermediul comunicării. Voi discuta modul în care suntem programați de virușii minții în Capitolul 8. Într-un fel, virușii minții sunt prețul pe care îl plătim pentru a ne bucura de una din libertățile foarte dragi nouă: libertatea de vorbire. Cu cât avem mai mult această libertate, cu atât este mai propice mediul pentru virușii minții.

Unii viruși ai minții apar spontan, cum voi arăta în Capitolele 9 și 10; unii sunt creați intenționat, cum se va vedea în Capitolul 11. Dar toți au un singur lucru în comun:

Odată creat, un virus al minții dobândește o viață independentă de creatorul lui și evoluează rapid, infectând cât mai mulți oameni posibil.

Virușii minții nu reprezintă un motiv de îngrijorare pentru viitorul îndepărtat, ca extincția soarelui sau faptul că pământul va fi lovit de vreo cometă. Ei există acum – au existat de dinainte de orice mărturii istorice – și evoluează pentru a ne putea infecta din ce în ce mai mult. Suntem infectați în noi feluri (televiziune, muzică pop, tehnici de vânzare), dar și în feluri vechi (educație, învățături religioase, sau chiar vorbind cu prietenii noștri apropiați). Părinții noștri ne-au infectat fără să știe când eram copii. Dacă aveți copii, e posibil să le

transmiteți virușii în fiecare zi.

Citiți un ziar? Luați un virus al minții. Ascultați radioul? Luați un virus al minții. Ieșiți cu prietenii și stați de vorbă despre diverse nimicuri? Luați un virus al minții după altul. Dacă viața dumneavoastră nu este așa cum o doriți, puteți paria că asta se întâmplă în mare parte din cauza virușilor minții. Aveți probleme în relația cu persoana iubită? Virușii minții preiau controlul unor părți din creierul dumneavoastră și vă distrag de la ceea ce v-ar oferi fericire pe termen lung. Aveți necazuri cu serviciul sau în carieră? Virușii minții vă întunecă viitorul și vă îndreaptă pe o cale care sprijină agenda *lor*, nu calitatea vieții *dumneavoastră*.

Culte religioase apar peste tot din cauza unor viruși ai minții din ce în ce mai puternici. Aceste culte preiau controlul minții oamenilor și-i angajează pe membrii lor în comportamente bizare, de la ritualuri ciudate la sinucideri în masă. Dacă credeți că sunteți imuni, amintiți-vă: nimeni nu intenționează să devină membru al unui cult pentru ca altcineva să-i controleze mintea. Asta este treaba periculoșilor și amăgitorilor viruși ai minții. Și odată ce fondatorul cultului începe procesul, virusul minții își asumă o existență proprie.

Din cauza mass-mediei și a alegerilor directe, guvernul Statelor Unite și al altor țări este din ce în ce mai mult expus la infectarea cu virușii minții. Un politician astăzi nu poate fi ales dacă nu apare cu o imagine care îi aduce voturi. „Avem o criză și doar eu pot rezolva problema, „spune, sau: „Ceilalți au provocat toate aceste probleme; cu siguranță orice schimbare e mai bună decât ceea ce avem!” Imaginile bine lucrate ale politicienilor sunt capcane ale unora dintre cei mai elaborați și răspândiți viruși ai minții care infectează societatea de azi.

Ce marcă de băuturi nealcoolice cumpărați? Cele cu vânzări mari costă dublu față de cele care nu beneficiază de reclame. Diferența de bani merge în reclamele de televiziune, care trimit sporii unor viruși ai minții din ce în ce mai penetranți, care preiau controlul asupra minții dumneavoastră și vă forțează să împingeți căruciorul de cumpărături la raftul lor. Programându-vă cu succes mințea în așa fel încât să credeți că preferați marca respectivă, agențiile de publicitate sunt printre cei mai nerușinați și calculați instigatori de viruși ai minții.

Răspândirea nestânjenită a virușilor minții este vizibilă în modul cel mai alarmant în starea copiilor noștri. Răspândindu-se rapid dinspre cartierele sărace ale orașelor, virușii minții care îi infectează pe copii îi împing spre disperare, conflicte între bande sau, pe fete, să devină mame singure. Mulți tineri par să-și piardă simțul valorii și s-o apuce pe căi greșite. Capitolul 12 discută posibilitatea de dezinfectare atât pentru copiii noștri, cât și pentru noi.

Agenda mea

Haideți să vă spun acum – scriu această carte cu un scop, și anume acela de a face o diferență în viețile oamenilor. O parte din cele scrise aici *pot* fi folosite pentru autoperfecționare. S-ar putea să nu vă așteptați ca o carte despre știință să conțină idei din domeniul dezvoltării de sine, dar știința memeticii se ocupă de minte, de viețile oamenilor. Înțelegerea memeticii poate de aceea să ajute la creșterea calității vieții noastre.

În primul rând, n-aș fi scris niciodată această carte – sau pe prima, *Getting Past OK (Dincolo de OK)* –, dacă nu m-aș fi dezinfecat pe mine însumi în mod conștient de multe dintre memele pe care le-am căpătat pe măsură ce m-am maturizat și nu m-aș fi reprogramat apoi cu noi meme. Cu ce meme noi ați alege să vă reprogramați dacă ați avea ocazia? Asta depinde de dumneavoastră în totalitate. Eu nici măcar nu aveam idee ce înseamnă asta când am început această cercetare. Acum că știu, aleg să mă programez cu meme care îmi sprijină valorile și nu cu cele care sprijină agendele virusilor minții. Puteți face și dumneavoastră asta sau puteți face alte lucruri. Dar nu veți avea această opțiune dacă nu înțelegeți memetica.

Motivul pentru care scriu această carte este că mie chiar *îmi place* să fac o diferență în viața oamenilor. Cred că cunoașterea memeticii este importantă, așa că spun ceea ce știu ca să afle și alții. Nu scriu această carte doar ca un exercițiu intelectual. Deși *Virusul minții* este o carte *despre* știință, este clar că nu este un text științific. Este scris cu o intenție, și anume aceea de a ajuta la diseminarea noii paradigme a memeticii, pentru că eu o consider importantă.

Diseminarea conștientă a ideilor pe care le considerați importante este una din modalitățile de combatere a virusilor minții.

V-ați întrebat vreodată de ce viața pare atât de complicată azi – din ce în ce mai complicată și mai stresantă cu fiecare an ce trece? Una din cauze este armata în continuă evoluție de virusi ai minții, care preiau controlul unei părți din ce în ce mai mari din mintea dumneavoastră, distrăgându-vă atenția de la căutarea fericirii, și care probabil vor avea un efect și mai puternic asupra generației următoare.

Vă întrebați vreodată de ce, în ciuda progresului și tehnologiei din ce în ce mai dezvoltate, viața nu pare să se simplifice, ci dimpotrivă? De fiecare dată când sunteți expuși la un nou virus al minții, mintea dumneavoastră este supusă ia și mai mult stres, la și mai multă confuzie.

Oamenii se înghesuie către soluții, de la psihoterapie la mișcarea New Age, care să-i ajute să înlăture povara îngrozitoare a stresului.

Doctorii sunt din ce în ce mai convinși că excesul de stres este ucigașul numărul unu, dar experții nu au ajuns la un consens în ceea ce privește cauzele stresului și modalitățile de vindecare. Comunitatea medicală a vorbit despre personalități super-stresate „de tip A” și personalități calme „de tip B”, fără a ști prea bine de ce cineva aparține unui tip sau altul. Și chiar și persoanele „de tip B” prezintă din când în când simptome cauzate de stres. Noua știință a memeticii ne dă multe informații legate de problema stresului.

Preluând controlul asupra unor părți ale minții dumneavoastră și trăgându-vă în direcții diferite, virușii minții vă distrag de la ceea ce e mai important pentru dumneavoastră în viață și produc confuzie, stres și chiar disperare.

Virușii minții vă infectează mintea, programându-vă cu indicații care vă îndepărtează de punctul în care vreți să ajungeți. Pentru că aceasta se întâmplă în mod inconștient, nu realizați decât că, pe măsură ce îmbătrâniți, viața devine mai stresantă, mai puțin distractivă, mai împovăraătoare și mai lipsită de sens. Se poate să simțiți că sunteți din ce în ce mai puțin motivați. S-ar putea să fiți mai puțin încântat decât erați de anumite lucruri. Acestea sunt câteva din efectele infectării cu un virus al minții, infectare pe care nu o puteți evita decât dacă trăiți complet izolat de la naștere.

Puteți, totuși, începe să vă dezinfecțați. Speranța mea este că înțelegerea pe care o veți dobândi cu ajutorul acestei cărți va fi un mare pas către dezinfectare. Dar este nevoie de puțin efort pentru a învăța o nouă paradigmă.

Nașterea unei noi paradigme

Întotdeauna le-a fost greu oamenilor de știință să-și comunice ideile oamenilor obișnuiți. Știința, prin chiar natura ei, este o selecție artificială de idei bazată pe testarea riguroasă a utilității lor și *nu pe instinctele oamenilor*. Ca atare, noile idei științifice tind să supere la început și să producă reacții previzibile. Când Charles Darwin a propus prima dată teoriile sale despre selecția naturală în 1859, au existat câteva etape în reacțiile publicului – etape prin care orice nouă idee științifică revoluționară trece înainte de a fi acceptată:

1. Automulțumire/Marginalizare. La început, noua teorie este privită ca o idee excentrică: ciudată, dar nu o amenințare serioasă la adresa viziunii dominante asupra lumii – poate doar o variantă a unei teorii deja cunoscute. La momentul când eu scriu această carte, memetica iese din această etapă pentru a intra în următoarea. Editorii publicației *New York Times Magazine* din 22 ianuarie 1995 au observat utilizarea din ce în ce mai frecventă a cuvântului *memă* și au încercat

oarecum să-l marginalizeze: „Un sceptic s-ar putea întreba ce aduce nou noțiunea de memă paradigmei de evoluție culturală. Poate că nu este nimic nou sub soare”. Până la sfârșitul acestei cărți, veți descoperi că mai mult decât să adauge ceva nou la paradigma existentă a evoluției culturale, memetica este o paradigmă nouă și mai puternică.

2. Ridiculizare. Automulțumirea scade pe măsură ce noua idee refuză să dispară, fiind transformată în ridiculizare de oamenii care își dau seama că nu se potrivește cu ceva ce ei consideră a fi adevărat. În cazul lui Darwin, contemporanii au râs de incapacitatea naturalistului de a vedea necesitatea ca un Creator Suprem să facă selecția. Darwin a fost frustrat de aparenta lui incapacitate de a comunica noua sa paradigmă. O ridiculizare similară a memeticii poate fi observată din când în când în cele câteva locuri în care subiectul este discutat.

3. Criticare. Pe măsură ce noua idee este acceptată, oamenii care au avut viziuni contradictorii asupra lumii de ceva timp sau care și-au investit reputația în vechile paradigme renunță la mânuși. Darwinismul este atacat și astăzi de creaționiști, care îl consideră a fi în contradicție cu Adevărul lor. E posibil ca această carte să provoace o criticare serioasă a memeticii. Dacă acest lucru se va întâmpla, nu trebuie să ne îngrijorăm; este normal în cazul unei modificări de paradigmă.

4. Acceptare. În final, saltul spre noua paradigmă este făcut de destui oameni pentru ca ea să fie acceptată din punct de vedere psihologic, ca și intelectual. Cei care înțeleg noile idei nu mai sunt atât de singuri și de nesimpatizați cum a fost Columb de către cei care credeau că pământul e plat. Noua lume e de acord cu noua paradigmă. Presiunea începe să lucreze în favoarea ei. Începe să fie predată în școli. Oamenii de știință pot să-și îndrepte atenția către următoarea provocare.

Se pare că mințile noastre nu sunt suficient de înzestrate pentru a înțelege cum lucrează ele însele. Dumneavoastră s-ar putea, de fapt, să fiți foarte confuz sau mirat sau să obosiți brusc când citiți aceste lucruri; s-ar putea chiar să vă înfuriați doar citind aceste cuvinte. Chiar dacă acum ați putea crede că această afirmație este absurdă, acele mecanisme și simptome sunt de fapt mecanisme de apărare ale virușilor minții. Ei au evoluat în așa fel încât să protejeze părțile minții pe care le controlează și orice încercare de a scăpa de ei pot provoca reacții.

Dacă aveți una sau mai multe din aceste reacții în timp ce citiți această carte, nu vă îngrijorați: reacția va trece dacă perseverați. În acest caz, veți fi răsplătit cu un instrument puternic care vă va ajuta în viitorul dumneavoastră... și al umanității.

Capitolul unu

Memele

„Nu există adevăruri absolute; există doar jumătăți de adevăruri. Încercarea de a le trata ca adevăruri absolute este ceea ce strică tot”.

Alfred North Whitehead

Prima oară am auzit cuvântul *memă* cu câțiva ani în urmă în timpul unei discuții politice tipice din cantina de la Microsoft. La vremea aceea nu mi se întâmpla des să aud vreun cuvânt nou în timpul mesei. Probabil că eram destul de arrogant să consider că, întrucât citisem destul de mult și urmasem cursurile universității Harvard timp de trei ani și jumătate, știam deja majoritatea cuvintelor care ar fi putut să fie folosite într-o cantină.

Luam prânzul cu Charles Simonyi și cu Greg Kusnick, doi dintre cei mai respectați colegi ai mei de la Microsoft. Faptul că puteam lua prânzul cu oameni atât de deștepți și cultivați era motivul secret pentru care lucram la Microsoft. Charles, de fapt, mă angajase să lucrez acolo în 1981 și îmi trasase sarcina de a scrie prima versiune a Microsoft Word un an mai târziu. (A ieșit bine. Acum îmi dau seama că Word avea meme bune.)

Vorbeam despre politică și guvern, despre motivele pentru care se mai acordă încă subvenții de stat împovărătoare pentru contribuabili, și despre cele pentru care politicienii ineficienți sau corupți continuau să fie aleși. Chiar erau proști alegătorii? (O memă comună la Microsoft era că dacă ceva nu ieșea așa cum trebuie, era foarte probabil ca acest lucru să se întâmple doar pentru că cineva era prost.) Charles a replicat, cu accentul lui maghiar și cu capacitatea lui obișnuită de a extrage esența, printre înghițiturile de salată Caesar fără anșoa și cu mai mulți ardei roșii:

— Meme bune.

— *Sănătate!* i-am spus.

— Nu, meeme buuune, a repetat Charles.

— Ce bune? am insistat eu.

— Meeme, *meeme!* a replicat Charles.

— Meme, s-a băgat și Kusanick.

— Glumești! a spus Charles, neîncrezător. N-ai mai auzit până acum de meme?

— Nu știi nimic despre meme? a intervenit iar Kusanick.

— Meme? am repetat eu, începând să semăn cu o vacă ce mugește, ce această singură contribuție pe care o aveam la discuție. Ce este o memă

— Ceva cam ca *Simfonia a cincea* a lui Beethoven, riscă Charles.

Kusanick protestă:

— Stai puțin. Nu sunt de acord. Nu prea cred că *Simfonia a cincea* a lui Beethoven este o memă. Poate avea meme bune, dar nu este o memă.

Charles și-a încrețit fruntea, cugetând la cele spuse de Kusnick.

— Păi... mormăit.

Chiar a spus „mormăit”. E o memă (oare?) cu care s-a ales de pe vremea când lucra la Centrul de Cercetare Xerox Palo Alto (CCXPA). Avea rolul de a împiedica pe altcineva să folosească lărgimea de bandă conversațională (adică să vorbească) în timp ce el cugeta cu voce tare ce să spună în continuare.

— Bine, ai dreptate, încuviință Charles. *Simfonia a cincea* a lui Beethoven nu este o memă. *Ta-ta-ta-TAM* este memul.

Kusnick a spus:

— Nu, nu cred nici că *ta-ta-ta-TAM* este o memă. Sau dacă este, e într-un sens foarte restrâns al cuvântului. Dar e un exemplu prost.

— Care ar fi un exemplu bun? Începui și eu, firav, devenind din ce în ce mai curios.

— Păi, zise Kusnick, cred că dacă ai începe să te învârti pe aici fredonând *ta-ta-ta-TAM*, acesta ar fi o memă bună. Dar nu cred că despre asta vorbește Charles. Faptul că există milioane de exemplare din *Simfonia a cincea* a lui Beethoven pe discuri și pe CD-uri nu face din ea o memă bună.

— Of, dă-mi voie să nu fiu de acord, spuse Charles.

Kusnick zise:

— Hmm. Deci tu spui că o bibliotecă este doar modul unei cărți de a face o altă carte.

Înainte ca eu să am ocazia să analizez această remarcă plină de miez, continuă:

— Vezi, eu cred – și aceasta ar putea fi o problemă filosofică – că meme-urile au legătură cu oamenii. Deci dacă tu faci un teanc de fotocopii unui document³, acest lucru nu-l face să aibă meme bune. Dar dacă le împărți și oamenii încep să le memoreze și să le recite, atunci aceea este o memă bună.

Mintea lui Charles a procesat gândurile acestea, oferind o priveliște coplesitoare.

— Ei bine, mormăit. OK. Bună observație.

— Mulțumesc.

Nimeni n-a mai spus nimic timp de câteva secunde și eu am început să intru în panică, dându-mi seama că din punctul lor de vedere conversația era încheiată, iar eu tot nu știam ce e o memă. Înțelegeam că e ceva ce are legătură cu informația și m-am gândit să spun la noroc:

— Deci, o memă este orice informație?

Charles și Kusnick au deschis gura în același timp și Kusnick a

spus:

— Îmi dai mie voie? Mulțumesc, o memă este orice lucru care este imitat. Este unitatea de bază a imitării.

— Deci un căscat ar fi o memă, am riscat eu.

— Hmm. Nu. Ei bine, da. Nu știu. Țsta e un exemplu mai delicat. Ha-ha-ha.

— Ha-ha, chicoti Charles. Ai fost prins în propria capcană.

— Nu-i adevărat, spuse Kusnick. Dar căscatul ține de comportament, iar eu cred că memele sunt gânduri.

— Ei, haide! exclamă Charles. Pui o întrebare greșită. Cui îi pasă dacă un căscat e sau nu o memă? Întrebarea potrivită este: „Care sunt memele interesante?”

— Exact, a intervenit Kusnick.

— Care sunt memele interesante? am întrebat eu, întotdeauna bun la urmat instrucțiuni.

— Bună întrebare, afirmă Charles.

Am petrecut mare parte din următorii doi ani căutând răspunsuri la această întrebare.

Memele și memetica

Memul este codul secret al comportamentului uman, o piatră Rosetta care ne dă în sfârșit cheia spre înțelegerea religiei, politicii, psihologiei și evoluției culturale. Această cheie însă deschide și cutia Pandorei, oferind noi tehnici de manipulare a maselor atât de sofisticate încât în curând s-ar putea să privim reclamele de televiziune, discursurile politice și televangheliștii care ne manipulează astăzi ca pe niște amintiri plăcute ale frumoaselor zile de altă dată.

Cuvântul *memă* a fost inventat de biologul Richard Dawkins de la Oxford, în cartea sa *The Selfish Gene* (*Gena egoistă*) apărută în 1976. De atunci a fost folosit de Dawkins și de alți specialiști în biologie evolutivă, psihologie, ca Henry Plotkin, și științe cognitive, ca Douglas Hofstadter și Daniel Dennett în efortul de a înțelege implicațiile biologice, psihologice și filosofice ale acestui nou model de conștiință și gândire.⁴

Memul ocupă un loc central în modificarea de paradigmă care are loc la ora actuală în știința vieții și culturii. În cadrul noii paradigme, privim evoluția culturală din punctul de vedere al memei mai mult decât din punctul de vedere al individului sau al societății.

De ce ar trebui să ne deranjăm să privim viața în acest fel nou, alarmant, inovator? Ei bine, din același motiv pentru care exploratorii au început la un moment dat să considere pământul ca fiind rotund și nu plat, iar astronomii au încetat să cerceteze universul ca și cum

acesta s-ar fi rotit în jurul pământului: are mult mai mult sens și poți realiza mai multe lucruri interesante atunci când găsești un model mai bun pentru a explica modul în care funcționează lumea. Un astfel de model este teoria memei sau memetica.

Memetica este studiul modului în care funcționează memele: cum interacționează, se multiplică și evoluează.

Știința memeticii este analogă în planul universului minții geneticii, care studiază aceleași lucruri despre gene în universul biologic.

Definirea memei

Nu este ușor de răspuns nici măcar la întrebarea evidentă: „Ce este o memă?” Dacă întrebați un biolog, răspunsul va fi probabil pe linia primei definiții a lui Dawkins:

Definiția biologică a memei (după Dawkins)

Mema este unitatea de bază a transmisiei culturale sau imitației.

În conformitate cu această definiție, tot ce numim „cultură” este alcătuit din meme asemănătoare atomilor, care concurează unul cu altul. Aceste meme se răspândesc prin trecerea de la o minte la alta în același mod în care genele se răspândesc prin intermediul spermei și ovulelor. Memele care câștigă această competiție – cele care reușesc să pătrundă în cele mai multe minți – sunt cele responsabile pentru activitățile și creațiile care formează cultura actuală.

Memele cele mai interesante pentru un biolog sunt legate de comportament. Exemplele inițiale de meme oferite de Dawkins erau:

...melodii, idei, sloganuri, mode vestimentare, modalități de a face vase sau de a construi bolți.

În conformitate cu definiția biologică, femeile poartă fuste lungi într-un an, apoi o memă nouă legată de fusta scurtă prinde la public dintr-un motiv sau altul și atunci femeile încep să poarte fuste scurte. Melodii de succes concurează pentru a intra în Top 40, fiecare dintre ele fiind o memă sau poate un grup de meme. Apoi oamenii încep să fredoneze melodiile care se rețin ușor, răspândind și mai mult memele respective. Inginerii construiesc poduri cu ajutorul consolelor; apoi se inventează podul suspendat și mema lui se răspândește rapid, devenind noua regulă în construcția de poduri.

Această definiție biologică este oarecum satisfăcătoare, deoarece ne oferă modalitatea de a reduce toate aspectele culturii la părțile cu care este ușor de lucrat, pe care le putem eticheta, putând vedea cum interacționează și evoluează. Totuși, în mod frustrant, această definiție nu ne oferă prea multe răspunsuri la întrebarea *de ce* anumite

meme prind la public și altele nu. Așa că să lăsăm deoparte pentru moment această definiție și să examinăm alte puncte de vedere.

O definiție psihologică

Dacă un psiholog ar fi întrebat ce e o memă, ar da un răspuns ușor diferit, unul care pune mai mult accent pe lucrarea minții decât pe componentele comportamentului, lată definiția psihologică dată de Henry Plotkin memei:

Definiția psihologică a memei (după Plotkin)

Mema este unitatea de moștenire culturală analogă genei. Este reprezentarea internă a cunoașterii.

Această definiție accentuează analogia cu genele, care sunt minuscule tipare chimice care se află pe spiralele de ADN. Așa cum acele minuscule structuri de ADN produc tot felul de efecte externe – determinând culoarea ochilor și a părului, grupa sanguină sau chiar apartenența la rasa umană sau la una de câini –, memele din capul dumneavoastră produc efecte asupra comportamentului. Dacă asemănăm mintea cu un computer, memele sunt partea de software a programării dumneavoastră; creierul și sistemul nervos central, produse de gene, reprezintă partea de hardware.

Memele din această definiție nu sunt localizate în formele exterioare ale culturii, ci în minte. La urma urmei, memele concurează unele cu altele în mintea fiecărui individ. După această definiție, o femeie poate avea în minte o memă *că E bine să fii la curent cu moda actuală*; o altă memă, *Femeile care se îmbracă la modă au succes*; și o a treia memă, *Vreau să am succes*. Faptul că poartă fuste scurte când acestea sunt la modă este un comportament care rezultă din faptul că are toate aceste meme în minte. Dacă sunt destule femei care au aceste meme de sprijin în mintea lor, nu este nevoie decât de încă o singură memă – *Fustele scurte sunt la modă* – pentru a provoca o proliferare a tivurilor ridicate.

Și tehnicile de construire a podurilor evoluează din cauza memelor. Un inginer poate fi programat cu meme ca *Podurile suspendate servesc mai bine acestui scop*; *Inginerii care fac treabă bună sunt apreciați de șefii lor*, și *Este important să fii apreciat de șef*. Fără oricare din cele trei, s-ar putea ca inginerul să nu construiască un pod suspendat. Acționând împreună, toate cele trei meme duc la apariția unei construcții. Desigur, inginerul lucrează împreună cu alți ingineri, muncitori constructori, șoferi și așa mai departe, care se comportă toți așa cum le dictează memele lor.

După această definiție, memele sunt pentru comportamentul uman ceea ce sunt genele pentru corpurile noastre: reprezentări interne ale cunoașterii care produc efecte exterioare asupra lumii. Genele sunt

informații ascunse, interne, stocate într-un embrion și care produc, sub influența mediului, carnea și sângele organismului care se dezvoltă. Memele sunt reprezentări ascunse, interne ale cunoașterii, care au drept consecință, tot sub influența mediului, comportamentul extern și producerea de artefacte culturale cum ar fi fustele și podurile. Dacă mă uit în jur și văd fuste scurte, acest fapt ar putea da naștere în mintea mea unei meme de tipul *Fustele scurte sunt la modă*. Dar mema este în mintea mea, nu pe corpul lui Meg Ryan.

Dacă cineva are dificultăți în viață, un psiholog memetic ar putea cerceta care meme ale pacientului respectiv sunt cele care produc rezultatele nedorite. Odată descoperite, acele meme ar putea fi schimbate.⁵

Această abordare a memelor este utilă pentru înțelegerea modului în care lucrează oamenii. Totuși, ca teorie completă a evoluției cunoașterii, încă prezintă anumite probleme. Este centrată pe mintea umană, și nu toate cunoștințele din lume sunt stocate în mințile oamenilor. Pe măsură ce oamenii interacționează cu alte forme de cunoaștere – geografia, cunoașterea genetică din ADN-ul fiecărui organism, cunoașterea prin astronomie a universului –, cum afectează acestea cultura și comportamentul?

O definiție cognitivă

Putem să ne eliminăm atunci cu totul din tablou și să examinăm o definiție și mai abstractă a memei. Aceasta a fost oferită de filosoful și specialistul în științe cognitive Daniel Dennett:

Definiția cognitivă a memei (după Dennett)

Mema este o idee, un tip de idee complexă care se constituie într-o unitate memorabilă distinctă. Se răspândește prin intermediul unor vehicule care sunt manifestări fizice ale memei.

Cum spune Dennett:

Un cărucior cu roți cu spițe duce nu doar grâne sau alt fel de încărcătură dintr-un loc în altul; duce și ideea strălucită a unui cărucior cu roți cu spițe de la o minte la alta.

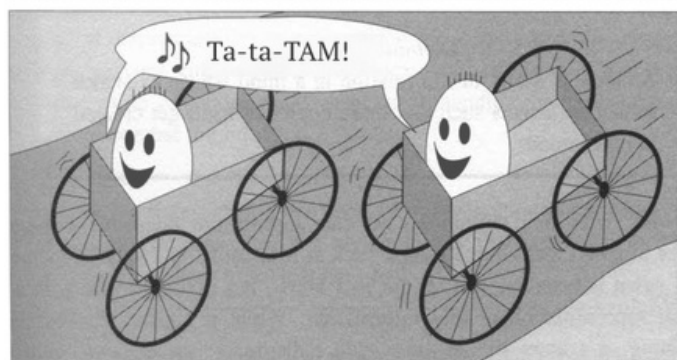
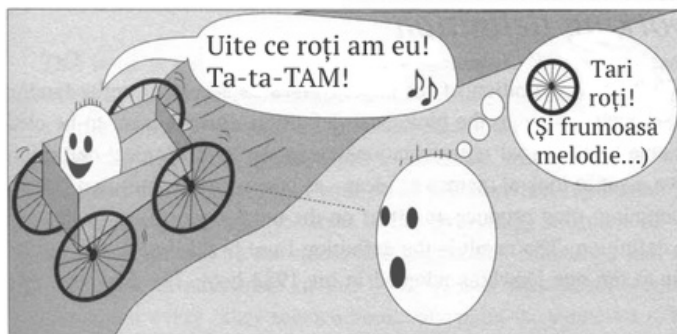
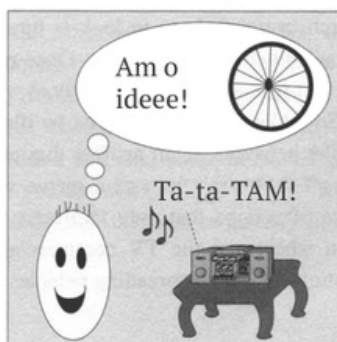
Acum, *această* definiție chiar vă oferă o vedere asupra universului din punctul de vedere al memei. Observați formularea „se constituie”. Ei bine, știm că ideile nu *se constituie* ele însele așa cum nici lingurile nu se ridică să danseze pe masă. Această definiție este un model științific – și, după cum am văzut, există multe asemenea modele posibile în jurul termenului *memă*. Utilizarea formulării „se constituie” este o șmecherie care să ne facă să privim lucrurile din punctul de vedere al memei. Observați lucruri interesante când studiați o anumită memă și vedeți ce se întâmplă în jurul lui: cum se răspândește, suferă mutații sau dispare.

Cineva în a cărei minte se află mema *roată cu spițe* ar putea construi un cărucior cu roți cu spițe. Altceineva ar vedea căruciorul, ar „lua” mema *roată cu spițe* și ar construi alt cărucior. Apoi procesul s-ar repeta la infinit. Spre deosebire de definiția biologică, această perspectivă asupra memelor le plasează în domeniul nevăzutului – un software al minții, gata să producă în lumea fizică rezultate care apoi și-ar purta propriii gemeni către alte ființe umane.

Definiția cognitivă ne permite să luăm o lupă și să urmărim o anumită memă ca niște detectivi particulari – privind cum infectarea cu el afectează comportamentul oamenilor; observând cum oamenii îl răspândesc; comparându-l cu memele concurente, ca podul suspendat și cel cu console – pentru a vedea care sunt proprietățile sale care îl fac să ocupe mai multe sau mai puține minți decât rivalele sale.

Aventurile lui Eggbert

Eggbert



Când cineva construiește o roată cu spițe sau face o înregistrare a *Simfoniei a cincea* a lui Beethoven, aceste obiecte fizice servesc ca vehicule pentru răspândirea memelor – în acest caz memul roată cu spițe și memul *ta-ta-ta-TAM* – indirect către alte minți.

O potențială problemă a acestei definiții o reprezintă folosirea termenului *vehicule*. Distingerea unui vehicul care poartă mema nu este atât de ușoară ca în biologie, unde organismele servesc drept vehicule pentru răspândirea ADN-ului. Nu toate transmișerile de meme sunt la fel de simple ca imitarea unei melodii ușor de reținut sau observarea unei roți cu spițe.

Dacă memele sunt programarea noastră internă, putem recurge la decenii de cercetări în psihologie pentru a studia cum suntem programați – cum sunt transmise memele către mințile noastre. Odată programați, ne comportăm în moduri complexe care răspândesc memele indirect.

Deci, dacă uneori folosirea termenului *vehicul* pentru a descrie comportamentul sau un artefact care tinde să infecteze oamenii cu o memă ar putea clarifica lucrurile, cel mai adesea existența unei meme va provoca o succesiune de acțiuni de tip Rube-Goldberg care doar indirect provoacă răspândirea unei meme. Roata de cărucior și reclamele din cadrul programelor de televiziune sunt excepții ca vehicule care răspândesc meme; regula este mai complexă.

O definiție de lucru

Avem nevoie de o definiție a *memei* care să ne ajute să înțelegem evoluția culturală, cum o face definiția biologică. Dar trebuie să ne fie clar că memele sunt reprezentări interne, cum arată definiția psihologică. Și trebuie să privim memele ca pe niște idei – ca pe software-ul nostru, programarea noastră interioară – care produc un efect asupra lumii exterioare, cum arată definiția cognitivă. Rezultatul este definiția pe care o folosesc în această carte, o definiție similară celei adoptate de Dawkins în cartea sa din 1982, *The extended Phenotype* (*Fenotipul extins*).

Definiția memei

Mema este o unitate de informație aflată într-o minte, a cărei existență influențează evenimentele în așa fel încât mai multe copii ale sale se creează în alte minți.

Acum, cu această definiție putem răspunde la întrebarea pusă de mine lui Charles Simonyi și Greg Kusnick la Microsoft. *Este căscatul o memă?* Nu, căscatul este o manifestare de comportament și, din câte știu eu, nu are nimic de-a face cu vreo reprezentare internă a vreunei

informații. Pare să se auto-reproducă, dar seamănă mai mult cu o retransmisie radio inexactă: vezi un căscat, emiți un căscat, poate. Nu influențează evenimentele în așa fel încât să se creeze mai multe copii ale informației. Oamenii cască atunci când văd că și alții fac la fel, dar starea lor interioară nu s-a schimbat astfel încât să-i facă să caște în viitor, sau să facă altceva de care să știu eu.

Dar *ta-ta-ta-TAM*, celebrul motiv din *Simfonia a cincea* a lui Beethoven? Așa cum este stocat în mintea mea, a lui Charles și a lui Kusnick, este o memă. Tocmai v-am infectat cu o copie a lui. Dacă auziți muzica sau auziți pe oricine vorbind despre *Simfonia a cincea* a lui Beethoven în următoarele câteva zile, nu veți putea decât să o asociați cu această discuție. Dacă începeți atunci o conversație și spuneți: „Hei, ce ciudat! Tocmai am citit despre ta-ta-ta-TAM în cartea *Virusul minții* și știți că este o memă?” veți răspândi câteva din memele din această carte, cu care sunteți deja infectați.

Metamemele!

Această carte este o colecție de idei despre meme. Când o citiți și o înțelegeți, veți avea în cap meme despre meme – metameme! Dacă scrieți o carte despre meme, spuneți cuiva despre memetică sau împrumutați exemplarul dumneavoastră din *Virusul minții* cuiva care citește cartea și o înțelege, atunci metamemele din mintea dumneavoastră se vor fi reprodus.

Un metamem pe care vreau să-l subliniez este că tot ce se află în aceste pagini, așa cum ne atrage atenția Whitehead în citatul cu care începe acest capitol, este o jumătate de adevăr. Aceasta nu e o acuză la adresa cărții; eu și Whitehead am spune același lucru despre oricare altă carte științifică. Ceea ce vreau să precizez este că memetica e un model științific. Este un mod de a privi lucrurile. Este un mod de a studia ideile – memele – ca entități distincte care se luptă pentru o parte din mintea dumneavoastră și a celorlalți. Când aceste idei sunt nocive și devin parte a unui virus al minții infecțios, înțelegerea acestui model vă poate arăta cum să combateti infecția.

<p>Nu spun că acesta este Adevărul.⁶ Nu spun că asta e ceea ce se întâmplă cu Adevărat. Nu spun că acesta este Singurul Mod sau Modul Corect de a privi mintea.</p>

Un neurolog ar spune că ceea ce se întâmplă *cu adevărat* când o idee se formează în mintea dumneavoastră este că în diverse părți ale creierului are loc o serie complexă de modificări electrochimice; ar putea și să indice despre ce părți este vorba și să prezinte experimente care arată că pacienții cu leziuni ale creierului în acele zone nu sunt capabili să aibă respectiva memă în minte. Acest lucru este perfect adevărat. Doar că nu despre asta e vorba în această carte. Aceasta nu

ține de memetică.

Un psiholog ar spune că ceea ce se întâmplă este că există anumite dorințe neîmplinite, instincte în conflict unele cu altele, traume din trecut și altele care determină ideile gândite și enunțate de oameni. Și acesta este un model perfect valabil, dar nici despre el nu e vorba în această carte. Nu ține de memetică.

În ultimii câțiva ani, fizică a descoperit puncte comune cu filosofia. Acum înțelegem atât de multe despre fizica cuantică – fizica particulelor mai mici decât atomii –, încât ne dăm seama că e imposibil să separăm realitatea de cel care o observă. Eram atât de siguri că toată materia era formată din atomi. Apoi am fost atât de entuziasmați când am descoperit că atomii sunt formați la rândul lor din protoni, neutroni și electroni. A fost un pic deconcertant când am constatat că pare să fie mult spațiu gol în interiorul atomilor, dar acei protoni și neutroni păreau să fie unitățile de bază ale materiei: mai solide decât piatra.

Astăzi, am divizat până și protonii și neutronii. Fizicienii au ecuații care descriu comportamentul componentelor acestor particule subatomice. Problema este că acestea nu par să se comporte ca materia. Totuși, nu se comportă nici ca energia. Și ca să pună capac, faimosul principiu al incertitudinii al lui Werner Heisenberg spune că este imposibil să măsoară aceste particule fără a le modifica. Este ca și cum ele nu ar exista într-un anumit timp și spațiu până când nu încercăm să le măsurăm.

Ceea ce ne arată toate acestea este natura memetică a tot ceea ce numim realitate. Toate denumirile pe care le dăm lucrurilor sunt meme, nu Adevăr. Ideea de atom este o memă, inventat în Grecia antică. Ideea de particule subatomice și formulele complexe care le descriu – fizica cuantică – reprezintă un set mai nou de meme.

Dacă modelul dumneavoastră de realitate era, cum credeau grecii, că există patru elemente – *pământ, aer, foc și apă* – s-ar putea să petreceți mult timp încercând să transformați plumbul în aur. Dacă modelul dumneavoastră de realitate este că avem zeci de elemente alcătuite din atomi imuabili și indivizibili, nu veți pierde acest timp. Și dacă modelul dumneavoastră de realitate este că acești atomi pot fi divizați, aveți cercetări care duc la energia atomică și la Bombă. Modul în care descrieți realitatea – meme pe care le aveți pentru a eticheta lucrurile – are o mare importanță în viață.

Iată de ce metamemele din această carte sunt importante. Ați putea trece cu ușurință prin viață fără vreuna din aceste idei despre memetică, așa cum grecii au trecut prin viață fără să știe despre elementele din tabelul periodic. Dar cunoașterea elementelor ne-a oferit totul, de la oțel până la cipurile de calculatoare. La fel, cunoașterea memeticii deschide enorme posibilități pentru înțelegerea

multora din problemele pe care le considerăm acum imposibil de rezolvat: eradicarea foametei la nivel mondial, prevenirea abuzurilor împotriva drepturilor omului și oferirea dreptului la educație și la urmărirea fericirii oricărui copil.

Aceste probleme sociale care nu vor să se rezolve – aceste plăgi culturale persistente și infecțioase – sunt considerate de toată lumea ca fiind de nedorit, dar continuă să se răspândească. Memetică identifică aceste probleme ca viruși ai minții, oferindu-ne, poate pentru prima dată, instrumente suficient de puternice pentru a le înfrunta.

„Memele bune” și virușii minții

Când Charles Simonyi a folosit explicația succintă „meme bune” pentru a răspunde la întrebarea de ce continuăm să alegem politicieni ineficienți, nu a vrut să spună că ineficiența este o idee bună. A vrut să spună că în mintea oamenilor au existat meme care i-au influențat să voteze pentru candidații respectivi și că acele meme, dintr-un motiv sau altul, au fost *bune la a se răspândi*.

Dacă vorbesc despre o memă bună sau o memă de succes vorbesc despre o idee sau o convingere care se răspândește cu ușurință la nivelul populației, și nu neapărat despre ceea ce considerăm „o idee bună”.

Unele meme se răspândesc direct de la o minte la alta. Dacă țipați „Foc!” într-un cinematograf, această memă se va răspândi rapid. Altele se răspândesc indirect. O mamă care nu vrea să perpetueze experiența nefericită pe care a avut-o când mama ei a crescut-o cu o disciplină de fier, ar putea reacționa dându-i mai multă libertate fiicei ei – o memă caracteristică celeilalte strategii de creștere a copiilor. Nepoata, la rândul ei, poate reacționa la nefericita ei experiență legată de prea marea libertate revenind la mâna de fier a bunicii. Mema *mână de fier* s-a transmis indirect.⁷

Memele se pot răspândi în moduri care sunt ușor de înțeles, ca în aceste exemple, sau se pot răspândi printr-un lanț complicat de cauze și efecte, aproape la întâmplare, haotic. Dar din haos apare din când în când o serie stabilă de evenimente de tip cauză-efect: *ceva* se întâmplă în lume care infectează oamenii cu anumite meme, iar acele meme ajung în final să influențeze comportamentul gazdelor lor în asemenea mod încât *acel ceva* este repetat și/sau răspândit. *Acel ceva* este un virus al minții.

Doctrina nazistă s-a răspândit rapid în Germania lui Hitler pentru că a fost lansat un virus al minții care a reușit să infecteze oamenii cu memele respective – nu pentru că acelea erau în vreun fel „idei bune”. De fapt, nazismul a fost un virus al minții patologic – un caz clasic de

infectare epidemică a gândirii, care a produs atrocități teribile ca rezultat al comportamentului oamenilor infectați cu memele lui.

Virusul minții este ceva care circulă în lume și infectează oamenii cu meme. Acele meme, la rândul lor, influențează comportamentul oamenilor infectați în așa fel încât aceștia ajută la perpetuarea și răspândirea virusului.

Știi că cuvântul *ceva* este cât se poate de vag și promit că voi discuta în detaliu în această carte ce fel de meme și ce fel de viruși ai minții se răspândesc cu succes. Deocamdată voi spune doar că memele care se răspândesc cu succes *nu* sunt neapărat cele care sporesc calitatea vieții oamenilor – de fapt, adesea sunt nocive. Și că paleta memelor cu care vă infectează virușii minții pentru a-i ajuta să se perpetueze se întinde între confuzie și dezastru.

Știința memeticii, ca toate științele, este un set de meme menite să vă ofere acces la și putere asupra anumitor aspecte ale universului. Țineți minte, nu am spus: „Memetică reprezintă modul în care funcționează universul” și nici: „Știm acum că memetică reprezintă Adevărul despre modul în care funcționează mintea umană”. Memetică nu reprezintă Adevărul; este un model, ca toate științele – ca toate memele. Dacă începeți să credeți că memele sunt Adevărate, pierdeți puterea de a observa cu ce meme sunteți programați și deveniți și mai sensibil la infectarea cu viruși ai minții.

Cel mai interesant lucru despre meme nu este dacă ele sunt adevărate sau false, ci faptul că ele sunt unitățile din care este construită mintea dumneavoastră.

Aspectul universului la care vă dă acces memetică este unul deosebit de interesant: ce vă face pe dumneavoastră și pe ceilalți să gândiți și să vă comportați într-un anumit fel. Scopul acestei cărți este să vă învețe – să vă infecteze cu – setul de meme numit memetică. Puteți face foarte multe cu aceste cunoștințe, de la îmbunătățirea sănătății minții dumneavoastră la crearea, poate, a unei noi vârste de aur pentru omenire. Pentru început, haideți să vedem cum lucrează memele pentru a vă forma mintea și a vă influența comportamentul.

Capitolul doi

Mintea și comportamentul

„Opera fiecărui om, fie că este literatură, muzică, pictură, arhitectură sau orice altceva, este întotdeauna un portret al lui însuși”.

Samuel Butler

Memele se răspândesc influențând mințile oamenilor și, prin aceasta, comportamentul lor, astfel încât, până la urmă, altcineva se infectează cu mema. Dacă o memă este în mintea dumneavoastră,

poate să vă influențeze comportamentul într-un mod mai mult sau mai puțin subtil.

În această carte voi scrie ca și cum *tot* comportamentul dumneavoastră ar fi dictat de o combinație a instrucțiunilor din ADN-ul dumneavoastră cu programarea mentală pe care ați dobândit-o pe măsură ce ați crescut: genele și memele. Unii cred că mai există și al treilea factor: sufletul, spiritul, un mic „eu! eu! eu!” care cere să fie recunoscut ca ceva mai mult decât o simplă mașinărie. Acest factor „eu!” este, după părerea dumneavoastră, ori o scânteie de proveniență divină ori pur și simplu o caracteristică biologică precum un deget mare opozabil sau un coeficient de inteligență ridicat: o combinație de gene și meme. Din fericire, nu va trebui să găsim o soluție la această problemă filosofică chiar acum, pentru că oricare din aceste păreri ne ajută să înțelegem memetică și această carte.

Instinctele și programarea

Există anumite tendințe pe care le aveți deoarece sunteți un produs al naturii. Aceste tendințe vă asigură supraviețuirea și reproducerea. Sunt lucruri ca instinctul sexual și dorința dumneavoastră de a respira, mânca, dormi etc. Oamenii de știință au diferite nume pentru diferitele tipuri de astfel de tendințe, dar eu am să le grupez pe toate sub denumirea de *instincte*.

Din nefericire, instinctele umane au evoluat cu mult timp în urmă astfel încât să ne asigure supraviețuirea și nu au luat în considerare genul de lume în care trăim astăzi.

În timpurile moderne, se întâmplă des ca aceste instincte preistorice să funcționeze la fel ca instinctul unei căprioare de a rămâne pe loc în fața unei mașini care se apropie cu farurile aprinse. Din fericire, avem rațiune, care poate fi mai puternică decât instinctele și ne poate împinge în direcția căutării fericirii noastre. Deci, când citiți următoarele capitole, care subliniază în mod dureros cât de puțin suntem adaptați la viața modernă, țineți minte: instinctele sunt doar instincte; tendințele sunt doar tendințe. Faptul că știți că doar asta sunt vă dă mai multă putere să le dominați cu ajutorul rațiunii, dacă vreți.

Studiul modului în care au evoluat instinctele noastre se numește *psihologie evoluționistă*; despre ea discutăm în Capitolele 6 și 7. Este important să înțelegem instinctele umane deoarece ele au o mare influență asupra evoluției memelor. Memele care fac apel la instinctele oamenilor se înmulțesc și se răspândesc la nivelul populației mai ușor decât celelalte.

Toate acțiunile noastre care nu sunt instinctive sunt rezultatul *programării*. Sunteți programați de meme. Dacă ați mers la facultate,

probabil ați făcut-o ca să învățați, cu alte cuvinte ca să fiți programați cu un set de meme care să vă ajute să obțineți succesul în viață. Fiindcă ați mers la facultate, aveți gânduri și comportamente pe care nu le-ați fi avut dacă v-ați fi bazat doar pe instinct.

Majoritatea memelor cu care sunt programați oamenii sunt dobândite fără vreo intenție conștientă; pur și simplu sunteți infectați cu ele și vă treziți că trebuie să vă trăiți viața așa cum vă programează ele. O astfel de programare include:

● *Educația dumneavoastră religioasă (sau ateistă)*

● *Exemplul oferit de părinții dumneavoastră în privința modului în care funcționează sau nu o relație*

● *Programele de televiziune și reclamele pe care le-ați urmărit.*

În Capitolul 8, voi trata modurile în care suntem programați – în care programarea, în special cea nedorită, ne pătrunde în minte. Mai întâi însă, haideți să examinăm natura acestei programări. Haideți să examinăm natura memelor.

Ce tipuri de meme există? Am împărțit memele în trei categorii: *distincții*, asemănătoare unor cuțite folosite pentru a felia realitatea; *strategii*, opinii despre ce cauze vor produce ce efecte; și *asocieri*, atitudini față de toate aspectele vieții. Fiecare clasă de meme vă programează în alt fel. Vă voi explica de ce am ales aceste trei clase în Capitolul 5, unde vom vedea originea memelor, dar această împărțire în clase este doar o convenție și în mod categoric nu reprezintă Adevărul cu A mare.

Memele-distincții

Universul este plin de lucruri. Totuși, orice spunem despre aceste lucruri este doar un concept – un set de meme – inventat de ființele umane. Toate conceptele sunt alcătuite din meme. De exemplu, Statele Unite sunt state doar pentru că noi am inventat 50 de distincții – meme – care împart teritoriul respectiv. Alabama nu este o realitate; există doar pentru că noi spunem acest lucru, pentru că noi suntem programați cu o memă pentru Alabama. Dacă noi nu am avea o memă Alabama, acel teritoriu ar fi doar o bucată de pământ.

În același mod, pământul este doar o distincție – o memă – pe care noi l-am inventat pentru că ne-a convenit să punem margini în jurul locului în care locuim pentru a-l distinge de restul universului. Pentru univers, este doar un lucru oarecare. Ați putea spune: „Dar chiar există margini! Există un loc unde se termină pământul și începe atmosfera sau unde atmosfera lasă loc spațiului cosmic!” Chiar așa? *Pământ, atmosferă, spațiu cosmic* toate sunt meme. Dacă credeți că pământul este chiar pământ, nu o memă pe care am inventat-o pentru că așa ne-a convenit, atunci tot ce veți avea vreodată este pământ.

Dacă vedeți că este o memă, și nu Adevărul, deschideți posibilitatea ca alte meme să vorbească despre același lucru: elemente, cristale, particule subatomice. Amintiți-vă că văzut printr-un microscop electronic totul este mai mult spațiu gol.

Dar ce ziceți de asta: *dumneavoastră* sunteți doar o distincție – o memă – inventat doar pentru că a fost convenabil să se vorbească despre părțile universului care simt durere când sunt lovite cu un ciocan. Pentru univers, *dumneavoastră* nu existați... cum nu există ființe umane, girafe, sisteme solare sau galaxii. Acestea sunt distincții inventate de oameni. Toate sunt meme.

Încă ceva: tot ce am spus mai înainte despre distincția dintre realitatea obiectivă și concepte... este un concept. Este o memă. Pentru univers, conceptul nu există. Eu am făcut această distincție pentru că mi-a convenit s-o folosesc în discuția despre memetică.

Distincțiile reprezintă un tip de meme. Reprezintă moduri de a diviza lumea, clasificând și denumind obiecte.

Când creați o distincție, câștigați accesul la anumite lucruri și pierdeți accesul la altele. Este util să fiți conștient de memele-distincții cu care sunteți programați și să știți că toate distincțiile pe care le faceți sunt inventate de oameni și nu reprezintă realitatea.

Distincțiile, așa cum tocmai am spus, sunt un tip de meme care contribuie la programarea dumneavoastră. Cineva care a învățat (a fost programat cu) memele franceze se va purta în Franța altfel decât cineva care nu cunoaște limba – mintea lui va recunoaște sensuri când alții vor auzi doar zgomote. Cineva programat cu distincția Coca-Cola va cumpăra mai degrabă Coke decât alt sortiment de cola din magazin. Mintea aceuia va recunoaște cutia roșie cu scrisul alb; alt sortiment nu va fi observat deoarece cumpărătorul nu are nicio memă-distincție pentru el.

Apropo, compania Coca-Cola știe acest lucru, și de aceea logo-ul lor s-a dezvoltat din ce mai mult de-a lungul anilor până când astăzi întreaga parte din față a unei mașini Coke înaltă de aproape doi metri poartă marca distinctivă roșie cu alb.

Agenții de publicitate, politicienii și alte persoane care vor banii sau sprijinul dumneavoastră sunt foarte interesați să vă programeze cu anumite distincții și nu cu altele și să înțeleagă distincțiile prin care vedeți dumneavoastră lumea pentru a se folosi de ele. Ce e mai probabil că veți cumpăra pentru micul dejun: o felie de prăjitură cu ciocolată sau o „brioșă cu bucățele de ciocolată”? Denumirea unei bucăți rotunde de prăjitură cu ciocolată cu conținut ridicat de grăsimi „brioșă” profită de distincțiile pe care le aveți în legătură cu mâncarea pentru micul dejun și duce la creșterea vânzărilor. Cafeneaua din cartierul meu tocmai a scos la vânzare prăjituri cu ciocolată în formă de biscuiți. Desigur, nu mulți oameni ar mânca prăjituri cu ciocolată

la micul dejun, dar biscuiți...?!

Memele-strategii

Un alt tip de memă este strategia, un fel de regulă empirică schimbătoare care vă spune ce să faceți când dați peste o situație la care se aplică, pentru a obține rezultatul dorit. De exemplu, dacă sunteți la volan, aveți un set de meme-distincții în legătură cu șofatul: semafoare, limite de viteză, marcajele de pe șosea și altele. Dar mai aveți și un set de meme-strategii care vă determină comportamentul de la volan:

● *Când ajungeți la o lumină roșie și vreți să faceți la dreapta, opriți și apoi cotiți.*

● *La o intersecție așteptați să plece toate mașinile care sunt înaintea dumneavoastră și apoi plecați.*

● *Când ajungeți la un sens giratoriu mergeți în sens invers acelor de ceasornic.*

● *Când vedeți un polițist, încetiniți.*

Efectul tuturor acestor meme-strategii este că evitați accidente, ajungeți la destinație sau evitați să fiți amendat. Puteți vedea la lucru aceste meme-strategii în mod inconștient în fiecare zi. Nu este ceva neobișnuit să vedeți oameni care, chiar dacă nu merg cu viteză, apasă pe frână când trec pe lângă o mașină de poliție. Sensurile giratorii din străinătate pun multe probleme celor obișnuiți să conducă pe partea cealaltă a șoselei pentru că ei trebuie să treacă în mod conștient peste câteva strategii învățate. Și dacă ați văzut vreodată patru șoferi sosind simultan la o intersecție cu patru direcții atunci știți cum comportamentul devine imprevizibil când memele-strategii încetează brusc să fie aplicabile.

Din moment ce viitorul este imprevizibil, memele-strategii nu sunt Adevăruri săpate în stâncă despre cum să ne comportăm. Toate memele-strategii sunt aproximări, bazate pe ideea că dacă ne purtăm într-un anumit fel, acest lucru va avea un anumit efect asupra lumii.

Strategiile sunt opinii despre cauză și efect. Când sunteți programat cu o memă-strategie, credeți în mod inconștient că dacă vă comportați într-un anumit fel, probabil veți produce un anumit efect. Comportamentul respectiv va declanșa un șir de evenimente care are drept rezultat trecerea memei-strategie la altă minte.

Pe măsură ce lumea se schimbă și dumneavoastră vă schimbați și vă dezvoltați, relația dintre cauză și efect se schimbă și ea. De exemplu, oamenii învață multe dintre strategiile de relaționare cu alți oameni până la vârsta de cinci ani. Adesea însă, acestea nu sunt cele mai eficace strategii pentru un adult.

De exemplu, un băiat de doi ani poate să fie programat cu o memă-

strategie pentru bosumflare. Poate a copiat acest comportament de la alt copil sau poate a învățat, prin încercare și eroare, că bosumflarea aduce mai multă atenție și dragoste. În orice caz, acum el are această memă-strategie ca parte a programării sale mentale și așteaptă o situație în care să-l aplice pentru a obține efectul scontat. Vorbește mama lui la telefon? Se bosumflă. Mama întrerupe convorbirea și vine să-i dea copilului puțină atenție. Alte mame pot reacționa mai bine la crize, lingușeli sau zâmbete – copiii lor vor fi programați cu memele-strategii potrivite în acest sens. Cu alte cuvinte, comportamentul părinților dumneavoastră vă determină în mare măsură programarea inițială.

Treizeci de ani mai târziu, băiețelul de doi ani este un adult de treizeci și doi de ani cu un serviciu la care nu se simte apreciat. Poate să fie încă programat cu acel memă-strategie pe care l-a căpătat la vârsta de doi ani. Totuși, în noile împrejurări, bosumflatul probabil nu aduce un rezultat la fel de satisfăcător ca cel din copilărie. Din nefericire, bărbatul nici măcar nu realizează că recurge la el.

Ca adulți, avem mult mai multă putere și mijloace de a-i influența pe alții decât atunci când aveam doi ani. Problema este că mințile noastre sunt pline de meme-strategii vechi și avem clădiri de birouri pline de adulți care se bosumflă, fac crize, se lingușesc și zâmbesc într-un efort inconștient și ineficient de a-și împlini dorințele nerezolvate până acum.

Adesea nu realizăm că suntem programați cu meme-strategii și că cele pe care le avem sunt adesea ineficiente. Înțelegerea memelor-strategii cu care suntem programați ne dă puterea de a alege în mod conștient ce strategii să folosim, utilizând întreaga putere a minții noastre.

Memele-asocieri

Un al treilea tip de memă este o *asociere* care leagă două sau mai multe meme în mintea dumneavoastră. De exemplu, dacă simt miros de creozot – și știu că este creozot doar pentru că am o memă-distincție pentru el – îl asociez cu faleza din Bostonul copilăriei mele, unde mă ducea tata la ocazii speciale. Îmi place mirosul acela. Îmi amintește de împrejurări fericite. Dacă agenții de publicitate ar ști că îmi place și dacă ar place la fel de mult și altor oameni, am vedea în curând reclame mirosind a creozot pentru locuri de vacanță care ar profita de urma acestei asocieri.

Altfel spus, am o anumită *atitudine* față de creozot. Am atitudini față de munca mea, față de toți oamenii pe care îi cunosc, față de televiziune, de meme – față de tot. Aceste atitudini sunt meme care asociază alte meme unul cu altul astfel încât, când suntem în prezența

unuia, suntem și în prezența celui alt.

Agenții de publicitate nu așteaptă să vă dezvoltați propriile meme-asocieri. V-o iau înainte și vă programează cu ale lor, prin intermediul televiziunii:

- Baseball, *hot dog*, plăcintă cu mere și Chevrolet
- Bărbați sexy și Coca Cola Light
- Femei sexy și bere
- Femei sexy și computere, mașini, unelte de grădinărit, curele de transmisie...

Faptul că sunteți programați cu meme-asocieri vă influențează comportamentul. Acesta este clasicul experiment pe care Pavlov l-a făcut cu câinele lui: suna dintr-un clopoțel de fiecare dată când îi dădea mâncare. Curând, câinele a dezvoltat o memă-asociere: clopoțelul și mâncarea. Când programarea a fost completă, câinele saliva când auzea clopoțelul. Agenții de publicitate vor să salivați, sau să stimuleze echivalentul sexual al acestui proces, când le vedeți produsul.

Există aici o potențială ambiguitate: dacă toate aceste asocieri – sau toate strategiile – sunt meme sau unele sunt simple programări vechi de comportament, despre care știm deja totul și care n-ar mai avea nevoie de o teorie nouă ca memetica pentru a le explica. Ei bine, lumea este foarte complexă. Dacă faptul că sunteți programat cu o asociere vă produce vreo schimbare în comportament, atunci are sens să considerăm acea fărâmă de programare o potențială memă, căutând să vedem dacă există vreo posibilitate ca acea schimbare în comportamentul dumneavoastră să sfârșească prin a crea copii ale asocierii la alți oameni. Dacă mergeți la un meci de baseball și spuneți: „Știați că Ken Griffey, Jr., [8] conduce un Chevrolet?”, pasați altcuiva mema dumneavoastră asociere.

Asocierile sunt legături între meme. Când sunteți programat cu o memă-asociere, prezența unui lucru declanșează în mintea dumneavoastră un gând sau un sentiment despre altceva. Aceasta determină o schimbare în comportamentul dumneavoastră, ceea ce poate în cele din urmă să ducă la transmiterea memei către altă minte.

Memele-asocieri sunt subtile și pot fi utilizate în mod insidios. Cultele își programează membrii cu meme-asocieri care leagă sentimentele bune de învățăturile grupului. Durează foarte puțin până când oamenii ajung să creadă că nivelul lor de trai sau poate chiar supraviețuirea lor depinde de apartenența la cult – că trebuie să fie recunoscători cultului pentru că le oferă viață.

În Capitolul 8 vom vedea cum aceia dintre noi care nu sunt membrii unui cult pot avea același tip de programare – chiar dacă nu la fel de puternică – în legătură cu compania unde lucrează, cu

capitalismul, democrația, familia, religia și soțul/soția.

Efectul programării

Așa cum poate să vă spună orice avocat specializat în probleme de *copyright*, ideile nu sunt proprietatea oamenilor. Puteți avea drept de autor pentru *exprimarea* unei idei, artistice sau de altă natură: puteți avea drepturile pentru un tablou, un roman, o poezie sau o simfonie bazate pe ce idei vreți dumneavoastră; dar nu puteți fi proprietarul unei idei. De fapt, de cele mai multe ori se întâmplă invers: ideile sunt proprietarii oamenilor. Iar ideile sunt alcătuite din meme.

Memele pot să vă conducă viața și chiar o fac, probabil într-o măsură mult mai mare decât vă dați seama.

Cum poate o memă să vă domine? Modul cel mai direct este prin intermediul legilor și obiceiurilor societății în care trăiți. Rolurile bărbaților și femeilor în societate, de exemplu, au fost stabilite acum o sută de ani de meme care par ciudate, jignitoare sau chiar ridicole astăzi: *Locul femeii este acasă; În spatele fiecărui bărbat de succes este o femeie; O femeie n-ar trebui să facă valuri;* și altele. Din cauza acestor meme, o mulțime de oportunități au fost pierdute și de către bărbați, și de către femei.

Lucrurile s-au schimbat doar atunci când câteva persoane hotărâte au refuzat să creadă în aceste meme și s-au străduit să le scoată din mințile oamenilor și să le înlocuiască cu meme noi: *oportunități egale; O femeie poate fi orice își dorește; O femeie fără un bărbat este ca un pește fără bicicletă;* și așa mai departe. Vechile meme sexiste limitau mult opțiunile femeilor doar pentru că majoritatea oamenilor erau programați cu ele.

Legile după care trăim reprezintă un alt exemplu de mod în care memele ne guvernează viața. Chiar dacă nu mulți dintre noi ar avea ceva împotriva legilor contra delictelor severe cum ar fi crima, alte legi par un pic mai arbitrare, și totuși afectează în mare măsură modul în care oamenii își trăiesc viața. În fosta Uniune Sovietică existau legi care interziceau oamenilor să vorbească împotriva guvernului și care stipulau că obținerea unui profit este o infracțiune; în timp ce în Statele Unite, oamenii merg la închisoare dacă cultivă marijuana și cumpără sau vând acțiuni profitând de informațiile primite din interior, încălcând regulile bursei.

Prețul civilizației este compromisul. Fără un acord general în privința a milioane de idei, mai mult sau mai puțin importante, societatea incredibil de complexă pe care am construit-o s-ar distruge imediat.

Gândiți-vă numai cum ar fi dacă cei mai mulți dintre noi n-ar fi de acord în privința memelor legate de proprietate, contracte, semnificația culorilor semaforului sau economisirea și retragerea banilor din bancă.

Uitați-vă numai la mema-distincție bani! Cum ar fi dacă într-o zi ne-am schimba părerea în legătură cu utilizarea și valoarea banilor și am descoperi în buzunare un mănunchi de hârtii murdare? Apropo, ceva de genul acesta chiar s-a întâmplat în Europa de est în perioada hiperinflației de după al Doilea Război Mondial.

Aceste meme largi, sociale, sunt prea multe pentru a fi enumerate, dar au o influență extraordinară asupra modului în care trăim. Nu toate au trăsături atât de accentuat pozitive sau negative, cum se întâmplă cu rolurile pe care le atribuim unui sex sau celuilalt, dar trebuie să înțelegem că toate sunt artificiale, sunt creații umane și în majoritatea cazurilor nu reprezintă un rezultat al unei alegeri conștiente de care să fim mândri, așa cum e Constituția Statelor Unite. Majoritatea acestor meme, ca și rolurile atribuite sexelor înainte de 1900, au evoluat într-un fel sau altul fără ca cineva să le pună serios sub semnul întrebării. Nu este, desigur, nimic nou, să punem sub semnul întrebării normele sociale. De-a lungul istoriei, oamenii au scris despre prostia de a trăi încorsetați de reguli sociale arbitrare. Dar schimbarea acestor reguli este o treabă dificilă.

Este posibil să modificăm memele dominante care alcătuiesc o societate, dar din cauza modului în care virușii minții răspândesc ideile, acest lucru nu este ușor.

Memetică oferă celor care o înțeleg oportunitatea de a influența răspândirea memelor.

Presiunea din partea anturajului

Condiția de sclav al memelor nu se limitează la nivel național. Orice grup de oameni care interacționează unul cu altul este supus *presiunii din partea anturajului*: presiunea exercitată asupra fiecărui individ de a se comporta și de a gândi la fel ca restul grupului. Adesea dăm vina pe presiunea anturajului pentru că copiii fumează, iau droguri și intră în bande; dar și adulții sunt supuși acesteia.

Alcoolicii care încearcă să se lase de băut iau câteodată hotărârea să renunțe la prietenii lor care beau pentru a scăpa de distrugătoarea presiune a anturajului, iar apoi se alătură Alcoolicilor Anonimi pentru a se supune intenționat unei presiuni a anturajului mai constructive. Companii ca Microsoft, unde am lucrat mulți ani, au o cultură internă elaborată care întărește în mod constant anumite meme; în cazul Microsoft, elitismul, angajarea, intoleranța față de proasta calitate și munca asiduă erau foarte importante.

Când oamenii se cufundă într-o cultură cu meme puternice, problema tinde să devină una de „înoți sau te duci la fund”. Ori îți schimbi părerile, cedând la presiunea anturajului și adoptând în totalitate noile meme, ori te lupți cu sentimentul extrem de neplăcut

că ești înconjurat de oameni care te consideră nebun sau nepotrivit. Faptul că probabil crezi același lucru despre ei îți oferă doar puțină consolare.

Alte subculturi au o morală diferită de Microsoft, dar rezultatele sunt aceleași. De exemplu, mulți dintre prietenii mei care au lucrat în administrația guvernamentală îmi povestesc despre o cultură aproape opusă celei de la Microsoft: indiferență, toleranță față de proasta calitate („suficient de bun pentru o treabă de genul acesta”), plecat de la serviciu la 5 și mediocritate exprimată prin eterna formulă: „E greu să zbori printre acvile când trebuie să lucrezi cu curcanii”. Cufundarea în această cultură are același efect: ori adopți memele respective ori lupți cu presiunea anturajului.

Programarea dumneavoastră personală

Memele cu care sunteți programat singur, chiar fără a lua în considerare cultura din jurul dumneavoastră, vă afectează viața în toate felurile imaginabile. De aceea virușii minții trebuie luați foarte în serios. Acești viruși vă umplu mintea cu meme – idei, atitudini și convingeri – care fac ca rezultatele pe care le obțineți să fie uneori foarte diferite de cele pe care le doriți.

Unul din modurile în care memele cu care sunteți programați vă afectează viitorul este prin intermediul <i>previziunii</i> care se adevărește.

A crede că ceva se va întâmpla *sporește probabilitatea* ca lucrul respectiv să se întâmple. Un copil căruia părinții îi spun tot timpul că este reușit și că poate deveni orice vrea este programat pentru succes (cel puțin după standardele părinților lui); un copil care crește fără părinți și nu vede nimic în jurul lui decât eșec și disperare este la rândul lui programat pentru a eșua. Virușii minții ne umplu deseori creierile cu atitudini – meme – de autosabotaj care ne împiedică să profităm de ocaziile pe care le avem în viață.

Previziunea care se adevărește este motivul pentru care au succes mediile și horoscoapele. Există un medium excelent pe nume Maxwell care lucrează într-un restaurant din Seattle. Spun „excelent” pentru că l-am văzut lucrând de două ori. De ambele dăți le-a ghicit prietenilor mei în cărțile de Tarot, prezicându-le sănătate, bogăție și fericire, cu condiția să profite de orice ocazie pentru a-și urma pasiunile și a acționa rapid.

Ca prestidigitator amator am observat cum el aranja cărțile astfel încât să iasă cele trei cărți potrivite, iar clientul să creadă că el le-a ales prin propria sa voință. Trucul cu cărțile sporea credibilitatea lui Maxwell și probabilitatea ca oamenii să-i urmeze sfaturile. Sper să o fi făcut – ele reprezintă o minunată previziune care se adevărește, care

ar putea programa pe oricine pentru o viață plină și fericită!

Pe lângă că ne ghidează viitorul, memele-distincție cu care suntem programați formează un filtru perceptiv prin care avem acces la lumea din imediata noastră vecinătate. Oamenii nu pot asimila decât o mică parte din informațiile care le bombardează organele de simț în fiecare secundă. Ce informații asimilăm și ce lăsăm pe dinafară? Inconștientul nostru decide, pe baza memelor-distincție cu care suntem programați.

Memele-distincție cu care sunteți programați controlează ce informații percepeți. Ele fac ca realitatea să pară diferită pentru fiecare dintre noi.

Majoritatea oamenilor nu și-au antrenat mințile să caute informațiile care sunt mai importante pentru ei – un proces destul de dificil și care necesită mult timp, despre care voi vorbi în Capitolul 12 – astfel încât alegerea este lăsată la voia întâmplării și a influenței virușilor minții.

Exemplele de filtre perceptive abundă: vi s-a întâmplat să vă cumpărați mașină nouă și să observați dintr-odată zeci de mașini la fel, deși înainte nu văzuserăți niciuna? Aveți o nouă memă-distincție. Dacă un prieten observă noua mașină pe care v-ați cumpărat-o pe baza noii meme-distincție și începe să le vadă și pe celelalte pe stradă, înseamnă că ați împrăștiat acea memă către altă minte.

Vi s-a întâmplat să învățați un cuvânt nou și dintr-odată să-l vedeți peste tot? Cuvântul a fost acolo dintotdeauna, dar nu l-ați observat pentru că nu aveți o memă-distincție pentru el. Dacă începeți să-l folosiți sau spuneți unui prieten ce ciudat e că vedeți cuvântul acela peste tot, înseamnă că ați împrăștiat acea memă către altă minte.

Am un prieten căruia îi plăcea să asculte *Canonul* lui Johann Pachelbel în Re major până i-am spus că seamănă cu melodia de la reclama pentru Burger King; acum, de câte ori îl aude, se gândește doar la versurile din reclamă. Fiind programat cu mema-distincție *reclama la Burger King*, nu are altă alternativă decât să recunoască melodia respectivă de câte ori aude fosta sa bucată muzicală favorită. A ajuns să mă urască.

Reclamele vă modifică filtrul perceptiv pentru a vă face să dați mai multă atenție sau să priviți cu mai multă bunăvoință produsul agentului de publicitate. Politicienii se folosesc de sloganuri și mijloace retorice pentru a vă infecta mintea cu meme care să vă facă să-i percepeți ca fiind demni de a fi votați.

Lumea este plină de meme răspândite de virușii minții, toate luptându-se pentru o parte din mintea, percepția, atenția dumneavoastră. Nu le pasă de binele dumneavoastră, ci, dimpotrivă, vă sporesc confuzia și vă minimalizează reușitele.

Atitudinea dumneavoastră față de trecut de asemenea vă

influențează viața. O tendință curentă în America este ca din ce în ce mai mulți oameni să fie etichetați drept „victime” ale unor tratamente crude, nedrepte sau neglijente din trecutul lor. Chiar dacă este un punct de vedere justificat, cei care se consideră victime ale istoriei lor personale se vor confrunta tot timpul cu suferințe la nivel emoțional și cu sentimentul de neputință.

Un curs bun de autodepășire îi învață pe oameni să se considere responsabili pentru viața lor, chiar și pentru acele evenimente nedrepte din trecut. Odată ce oamenii fac această schimbare dificilă de atitudine – de programare memetică – trec adesea printr-o perioadă relativ scurtă de durere sau tristețe, urmată de un sentiment de ușurare și de dorința de a merge mai departe.

Capcana adevărului

La ce se referea Alfred North Whitehead când spunea că nu există adevăruri absolute, ci doar jumătăți de adevăruri? Am folosit acel citat la începutul Capitolului 1 pentru că mema-distincție *Adevăr*, cu sensul de realitate sau autoritate absolută, nu face parte din noua paradigmă a memeticii.

Adevărul oricărei afirmații depinde de premisele ei – de memele-distincții pe care le folosești când o formulezi. Puteți spune că soarele răsare la est și apune la vest. Dar acesta e adevărul? Poate e mai corect să spunem că pământul se învâрте în jurul soarelui. Dar *acesta* e adevărul? Într-adevăr, tot ce se întâmplă în univers e influențat într-o mică măsură de restul lucrurilor. Dar dacă construiți un teren de baseball și vreți să amplasați a patra bază astfel încât jucătorului la bătaie să nu-i vină soarele în ochi, faptul că soarele apune la vest este o memă importantă – o jumătate de adevăr folositoare. Dacă răspundeți de construirea terenului și începeți să le vorbiți muncitorilor despre relativitate și teoria gravitației, probabil nu veți obține rezultatele dorite.⁸

Dar ce ziceți de acele întrebări eterne ale căror răspunsuri pot fi numite adevăruri eterne? Există viață după moarte? Depinde de ce înțelegem prin *viață*, prin *moarte*... și chiar prin *există!* E periculos să ne cramponăm de un răspuns fără să ne gândim la premisele prezente în întrebare. De fiecare dată când aveți un nou set de meme-distincții, aveți o filosofie complet nouă.

Faptul că etichetați o memă drept Adevărat îl face să devină parte din programarea dumneavoastră și vă împiedică să vă folosiți abilitatea conștientă de a vă alege singur memele. Odată ce o anume autoritate vă convinge că ceva e Adevărat sau Corect sau că e ceva ce dumneavoastră Trebuie să faceți, sunteți programat efectiv. Dacă vă dați seama că există doar jumătăți de adevăruri – că adevărul oricărei

meme depinde de contextul în care se află dispuneți de o armă puternică împotriva programării cu viruși ai minții.

Vă supuneți la reguli sau la orice formă de autoritate exterioară dumneavoastră înșivă? Legi, superiori pe linie ierarhică, doctori, părinți...? Sper că îi respectați pe ceilalți locuitori ai planetei, dar sper și că vă dați seama că, de câte ori urmați niște instrucțiuni, sunteți supuși exploatării de către virușii minții. Așa cum veți vedea în Capitolul 3, virușii acționează luând mecanismele care se supun la instrucțiuni și făcându-le să lucreze pentru ei. Dacă sunteți un mecanism care se supune la instrucțiuni, fără îndoială că veți fi cooptat să lucrați pentru virușii minții.

Ce putem face în privința asta? Pentru cei mai mulți dintre noi, izolarea de toate instituțiile culturale nu reprezintă o opțiune. Apartenența la un serviciu, la o relație, un club și un sistem judiciar pare esențială sau cel puțin practică dacă vrem să încercăm să ne construim o viață. Dar pentru a evita să fim înrobiți de virușii minții, trebuie să facem niște alegeri. „Puneți la îndoială Autoritatea” este probabil cel mai bun sfat dat vreodată atât timp cât nu îl traduceți prin: „Nu respectați Autoritatea” – virușii minții au la fel de mult succes cu rebelii ca și cu cei care spun „da” la orice.

Atât rebelii, cât și cei care acceptă autoritatea fără să comenteze se comportă în mod previzibil după cum le dictează programarea lor memetică.

Important este să înțelegeți că *aveți* o programare memetică și că vă puteți reprograma atunci când infectările cu virușii minții dăunează vieții dumneavoastră!

Un virus al minții se hrănește cu convingerea dumneavoastră că meme-le lui sunt Adevărate. Oamenii își apără meme-le cu care sunt programați așa cum și-ar apăra propria viață! Este paradisul virusului minții: vă folosește inteligența și abilitatea de a rezolva probleme pentru a se autoprezerva.

Singurul mod în care învățăm și ne dezvoltăm este prin schimbarea sistemului nostru de convingeri – prin schimbarea programării noastre memetice. Totuși, paradoxal, avem tendința de a ne agăța de această programare de parcă viața noastră ar depinde de ea.

Instituțiile culturale – țări, companii, organizații – nu sunt decât rezultate ale evoluției culturale, exploatând toate resursele disponibile în timpul evoluției lor. Nu există nimic sfânt în legătură cu niciuna dintre ele decât dacă dumneavoastră alegeți să faceți din ele ceva sfânt. Oriunde sunt mase de oameni confuze în legătură cu scopul lor în viață și dornice să primească ordine, instituțiile culturale se vor reperi să le exploateze. Rareori este o astfel de instituție aleasă în mod conștient de mulțime pentru a îmbunătăți viața oamenilor; instituțiile care îi programează pe oameni cu meme care servesc intereselor lor

sunt cele care câștigă.

O instituție culturală care îi programează pe oameni cu meme care servesc intereselor ei este un virus al minții. Asta nu înseamnă neapărat că este un lucru rău, dar dacă aș fi în locul dumneavoastră aș vrea să știu ce viruși ai minții se luptă să se folosească de viața mea astfel încât să pot alege între ei, dacă nu chiar să-mi inventez proprii viruși.

După noua paradigmă a memeticii, mintea lucrează ca o combinație de instincte și programare memetică. Este posibil să vă alegeți în mod conștient programarea memetică proprie care să vă ajute mai bine să vă atingeți scopul pe care îl aveți în viață. Fără a înțelege memetică, totuși, oamenii tind să accepte ca programare orice au receptat în timpul copilăriei și adolescenței. Așa cum veți vedea în următoarele câteva capitole, mare parte din programarea respectivă este rezultatul infectării cu virușii minții. Așadar, pentru început, haideți să vedem ce este un virus și cum lucrează el.

Capitolul trei

Virușii

„Imaginați-vă că există un tonomat în barul din zonă, la care, dacă apăsați pe butoanele 11-U, se va auzi un cântec ale cărui versuri sună cam așa:

Băgați încă o monedă în tonomat.

Nu vreau decât 11-U și muzică, muzică, muzică”.

Douglas Hofstadter, Codel, Escher, Bach

Cu mult timp în urmă, poate miliarde de ani, a apărut în urma evoluției un nou tip de organism – dacă poate fi numit organism. Noua ființă avea proprietatea neobișnuită de a putea pătrunde în sistemul reproducător al altor organisme și de a-l folosi pentru a se autocopia. Această ființă se numește *virus*. Virușii există în trei universuri cunoscute de noi:

— Primul este universul **biologiei**, al organismelor... al oamenilor, plantelor și animalelor. Aici au fost descoperiți virușii prima dată: îi ia planta de tutun, dar și noi. Există nenumărate varietăți de viruși biologici pe pământ și numeroase copii ale fiecăruia. Virușii rămân cauza unora din cele mai periculoase și mai puțin vindecabile și înțelese boli, de la răceala comună până la SIDA sau altele mai rele.

— Al doilea univers în care există virușii este universul creat de om al **calculatoarelor**, rețelelor, datelor și programării. Virușii nu au fost descoperiți în acest univers; mai degrabă au fost inventați – programați.

Într-unul din cele mai cunoscute exemple de inventare a unui virus

de calculator, Robert Morris Jr., student al Universității Cornell, a încercat în noiembrie 1988 un experiment neautorizat pe o rețea națională de computere. A scris un program care să-și facă singur copii și să instaleze câte una pe fiecare computer din rețea.

O mică eroare în program, totuși, a făcut ca acesta să continue să meargă și după ce ar fi trebuit să se oprească, aglomerând întreaga rețea cu milioane de copii și blocând-o ore întregi. Oficialii din guvern au considerat acest exemplu de *hacking atît* de serios încât l-au acuzat pe studentul uimit de delikte federale. Programul lui, care a devenit cunoscut ca *Internet worm*, era o formă de virus de calculator. Studentul a luat cunoștință de puterea fără limite pe care o are un virus odată creat, dar și de pierderea controlului asupra virusului de către creatorul lui.

La ora actuală termenul de *virus de calculator este* foarte cunoscut. Dar acest tip electronic de virus se dovedește a fi aproape la fel de greu de vindecat ca și cel biologic. O industrie anti-virus s-a dezvoltat în jurul lui, bazându-se pe faptul că programele de computer sunt mai ușor de înțeles decât ADN-ul. Actualizări periodice de programe cu nume ca Vaccin, Dr. Virus și Antivirus țin virușii cunoscuți la distanță, dar huliganii continuă să creeze din ce în ce mai mulți. Viteza mare de operare, comunicarea excelentă și memoria mare a calculatoarelor fac din ele ținte atractive pentru delincvenți și medii prielnice pentru dezvoltarea virușilor.

— Al treilea univers este subiectul principal al acestei cărți: universul minții, al culturii, al gândirii. Acesta este universul în care se produce modificarea de paradigmă. De la modelul vechi de evoluție culturală bazat pe inovare și cucerire, trecem la unul nou bazat pe memetică și pe virușii minții. Virușii minții sunt și descoperiți, și inventați: pot evolua în mod natural sau pot fi creați în mod conștient.

Biologie	Computere	Minte
gene	instrucțiuni de operare	meme
celulă	calculator	minte
ADN	limbaj de operare	reprezentarea de cunoștințe la nivelul creierului
virus	virus de calculator	virus al minții
fond genetic	întregul software	fond de meme
spori / germeni	postări electronice	emisiuni / publicații
specie	sistem de operare	instituție culturală
gen & clasificări ulterioare	program de arhitectura calculatoarelor	cultură
organism	„ușa din dos“ sau gaura în securitate	comportament / artefact
susceptibilitate genetică	viață artificială	susceptibilitate sau resort psihologic
evoluție genetică		evoluție culturală

Virusii apar în trei universuri diferite: biologic, al calculatoarelor și al minții. Acest tabel prezintă corespondența dintre cuvintele folosite pentru a vorbi despre evoluția și virusii din fiecare din cele trei universuri.

În 1978, într-un mic sat din Guyana, o comunitate strâns unită de oameni s-au sinucis bând un amestec de cianură, Valium și suc. Știau că vor muri. În privința a ce altceva mai știau putem face doar speculații. „Știau” că îi așteaptă o răsplată mult mai mare în viața de apoi? „Știau” că era datoria lor să se supună ordinelor lui Jim Jones, conducătorul lor? „Știau” că era suficient să-și respecte credința pentru ca totul să iasă bine? E foarte clar că ceea ce „știau” le-a făcut rău: nu au băut otrava din instinct – au ascultat de programarea unor meme care le-au provocat moartea.

De ce a cheltuit Pepsi milioane de dolari pe reclame care îi prezintă pe oameni bându-le produsele și scoțând sunete de încântare? De ce anumite povești ieșite din comun sunt perpetuate la nesfârșit ca „legende urbane”? De ce unele scrisori în lanț călătoresc în jurul lumii, părând de neoprit?

Toate răspunsurile la aceste întrebări au legătură cu virusii minții. Mintea, ca și celulele și computerele, îndeplinește toate condițiile de care are nevoie un virus pentru a exista. De fapt, societatea noastră caracterizată prin comunicare și acces la informație rapide devine pe zi ce trece din ce în ce mai potrivită ca gazdă pentru virusii minții.

Ce este un virus?

Având în vedere că conceptul de virus se aplică tuturor celor trei domenii – biologie, computere și minte – să începem prin a analiza modul de acțiune al virusilor biologici.

Nu putem vorbi despre viruși fără a vorbi despre copiere. La urma urmei, asta face virusul: se autocopiază. Acest lucru nu ar prezenta decât cel mult un interes intelectual, dacă n-ar fi o problemă: virusul ne folosește *pe noi* drept laboratorul în care se autocopiază, lăsând adesea în urmă un dezastru.

Virusul face mai mult decât să paraziteze, să se infiltreze și să se autocopieze la nesfârșit. Le face pe toate în același timp.

Virusul este orice lucru care preia un echipament de copiere extern și îl folosește pentru a-și face copii lui însuși.

Un motiv pentru care trebuie să luăm virușii foarte în serios este că autocopierea – autoreproducerea – este cea mai puternică forță din univers.⁹ Din 1, se ajunge la 2, 4, 8, 16, 32, 64, 128, 256, 512... Creșterea prin dublare se numește creștere *exponențială* și are ca rezultat umplerea oricărui spațiu disponibil. Este principiul de funcționare a bombei atomice: un atom fisionat produce divizarea altora, ceea ce duce la fisiunea și mai multor atomi, toți degajând energie. Când spațiul disponibil în interiorul bombei se umple – buuum!

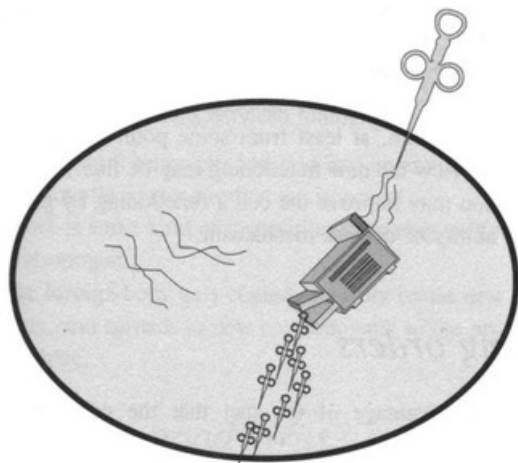
În cazul unui virus biologic tipic, echipamentul de copiere pe care și-l apropie se află în celulele organismului atacat. În mod normal, celulele folosesc acel echipament pentru a produce proteine, a duplica acizi nucleici și a se pregăti să se dividă. Virusul pătrunde în celulă și păcălește echipamentul de copiere să-l reproducă pe el în loc să-și facă treaba obișnuită. Întotdeauna îmi imaginez un virus ca o seringă băgându-și acul într-o celulă și injectându-și în ea propriul program genetic, astfel încât mecanismul celulei începe să producă și mai multe seringi. Imaginea este oarecum o licență practică, dar mă ajută să înțeleg ideea.

Oriunde există o instalație de copiere, pot exista viruși. Rețelele moderne de calculatoare, construite special pentru a copia și transmite date, au reprezentat o țintă firească pentru hackerii plini de rele intenții, care au creat relativ repede viruși. Spre deosebire de echivalenții lor biologici, toți virușii de calculatoare cunoscuți sunt creați de om, ceea ce era de așteptat având în vedere că computerele sunt construite anume în așa fel încât să minimizeze *mutațiile* sau coruperea de date.

Mutația este o eroare de copiere. Produce o copie imperfectă – uneori poate mai bună, într-un anume sens – în loc de un duplicat exact al originalului.

Din moment ce oamenii au inventat computerele cu intenția expresă de a le face ușor de programat, nu trebuie să ne surprindă că ne-a fost ușor să creăm viruși care să existe în acest mediu – mai ușor, de pildă, decât să generăm vreun organism bazat pe ADN. Dar ADN-ul nu a fost construit de oameni în scopul programării: nu are un set

logic de instrucțiuni, registre multifuncționale sau standarde de interfață aprobate la nivel internațional. Eu cred că va mai dura mult până vom învăța să creăm din ADN un organism așa cum programatorii de computere creează software din limbajele de programare.¹⁰



Unii viruși biologici acționează pătrunzând prin sistemul de apărare al celulei, așa cum acul de seringă pătrunde prin piele. Ei injectează instrucțiuni în celulă astfel încât mecanismul ei de copiere să fabrice și mai mulți viruși-seringi. În final celula explodează și noile copii de viruși se răspândesc la alte celule.

Un virus poate exista oriunde se produc copii. Timp de miliarde de ani, singura copiere demnă de a fi luată în seamă a fost la nivelul ADN-ului și al moleculelor asociate. Am învățat multe despre mecanismul fizic prin care se copiază ADN-ul, dar mai avem mult până să înțelegem cum *informația* din ADN îl face pe om să se „autoasambleze” dintr-o singură celulă într-un adult. Este echivalent cu diferența dintre a înțelege cum e tipărită *Enciclopedia Britanica* și a înțelege funcționarea completă a lumii prezentate în volumele sale.

Un virus nu se schimbă în același mod în care se copiază ADN-ul; el introduce noi informații care să fie copiate împreună cu sau în loc de restul. Ce se întâmplă, atunci, cu celula care conține informațiile noi? Există trei posibilități:

1. Informațiile pot fi neinteligibile pentru restul celulei și pot avea un efect minimal asupra funcționării ei, micșorându-i poate doar eficiența în îndeplinirea celorlalte roluri.

2. Informațiile pot încurca sau sabota funcționarea celulei și o pot face să funcționeze prost, cel puțin din anumite puncte de vedere. (Din punctul de vedere al virusului, noua funcționare poate fi bună.)

3. Informațiile pot îmbunătăți funcționarea celulei, conferindu-i o nouă abilitate sau un nou mecanism de apărare.

Doar respectăm ordinele

Virusul profită de faptul că mecanismul de copiere nu are un sistem bun de protecție, care să asigure doar copierea anumitor date. În cazul unei celule, mecanismul de copiere copiază instrucțiuni către mecanismele interne ale celulei în legătură cu tipul de proteine pe care să le producă. La rândul lor, proteinele respective controlează diversele reacții chimice care trasează cursul vieții unei celule: momentul în care să stocheze zaharuri, momentul în care să producă oxigen, momentul în care să se dividă, momentul în care să moară. Tactica înșelătoare a virusului se aseamănă cu ordinele ofițerului nebun din *Dr. Strangelove* către escadrila de avioane de bombardament de a lansa un atac neprovocat asupra Moscovei: celula, sau echipajul avionului, nu face altceva decât să execute noile ordine.

Una dintre instrucțiunile pe care le dă virusul este să se producă mai mulți viruși care să se împrăștie la alte gazde. Această instrucțiune este esențială, în caz contrar virusul murind rapid. Răspândirea poate fi directă, ca în cazul unei celule care este atât de plină de viruși încât explodează, sau indirectă, ca în cazul unui virus care produce strănut și secreții nazale pline de viruși.

Virusii de calculatoare lucrează în același fel. Mai întâi, programatorul introduce codul virusului într-un alt program despre care bănuiește că va fi rulat de utilizatorii încrezători. Când acest program *este* rulat, codul virusului se autocopiază rapid în câteva sau în toate celelalte programe pe care le detectează în calculator. De îndată ce unul din aceste programe infectate este copiat, de către oameni sau automat, în alt calculator și este rulat, noul calculator este infectat și procesul se reia.

Lăsând deoparte implicațiile sociale ale acestei forme de vandalism, haideți să examinăm elementele comune virușilor biologici și celor de calculator:

- Ceva străin este introdus într-un mediu.

- În acel mediu are loc o copiere.

- În acel mediu se produce un fel de executare de instrucțiuni.

- Corpul străin se copiază, e posibil să dea noi instrucțiuni și se răspândește în noi medii, astfel că procesul poate continua.

Ce face ca un virus să fie bun?

Un virus „de succes” trebuie să-și lase gazda să trăiască suficient de mult pentru a-l răspândi. Asta e ciudat, totuși – n-ar rezulta că cei mai buni viruși își lasă gazda să trăiască și să-i împrăstie cât mai mult timp posibil? N-ar însemna asta că ar trebui să ne așteptăm ca virușii să fie în general de partea noastră, din moment ce sănătatea noastră este legată de supraviețuirea lor?

Asta depinde de ce înțelegeți prin „de partea noastră”. Succesul pe termen lung al unui virus depinde de capacitatea lui de a se înmulți fără a-și ucide gazdele. Desigur, acest lucru nu vă ajută dacă sunteți ucis de un virus care încă nu s-a perfecționat în asemenea măsură. După cum a subliniat John Maynard Keynes [13], până la urmă toți murim. Un virus care se răspândește la zece alți oameni și te omoară e destul de „bun” pe termen scurt. Un virus care și-ar ucide instantaneu toate gazdele n-ar fi „bun”, așa cum un virus de calculator care ar distruge pe loc orice calculator pe care îl infectează n-ar rezista mult. Dar longevitatea gazdei este doar o posibilitate prin care virusul își poate îndeplini misiunea:

Misiunea unui virus este să-și realizeze cât mai multe copii posibil.

Stați puțin – de ce este aceasta misiunea virusului? Chiar putem crede că virușii au un scop care-i ghidează în viață? Ce înseamnă că virusul are o misiune? De ce n-ar putea un virus să fie mulțumit doar cu faptul că a infectat o celulă, s-a retras, a lovit din nou și pândește reticulul endoplasmatic până la sfârșitul zilelor lui?

Răspunsul scurt este următorul: dacă ar face acest lucru, n-ar mai fi un virus, așa cum acesta este definit aici. Folosesc cuvântul *virus* pentru a mă referi la lucruri care penetrează, copiază, poate dau instrucțiuni și se răspândesc. Dar faptul că mă cramponez de definiție reprezintă modalitatea simplă de a scăpa de explicații. Este o problemă foarte subtilă aici și e important să fie înțeleasă deoarece străbate întreaga carte:

Când privim viața din punctul de vedere al unui virus, *nu* spunem că virusul trăiește, că are capacitatea să gândească sau chiar că are un punct de vedere.[11](#)

Dacă privim lucrurile din punctul de vedere al unui virus aflăm informații despre două lucruri interesante legate de viruși: cum și de ce se răspândesc.

Când spun că misiunea unui virus este să se răspândească, vreau să spun doar că atunci când studiem virușii, lucrul interesant în legătură cu ei este că se răspândesc. Dacă nu s-ar răspândi nu i-am numi viruși și nu ne-ar interesa. Ne *interesează* virușii pentru că acțiunile lor de penetrare, copiere, dare de instrucțiuni și mai ales răspândire reprezintă forțe puternice în universul nostru. Este fascinant, emoționant și chiar înspăimântător să descoperi un lucru care, odată

pornit, își asumă o existență proprie și se răspândește în lume fără vreun efort ulterior din partea creatorului său.

Spunem că un virus are o misiune pentru a înțelege mai ușor cum operează. Ar fi la fel de corect să adoptăm punctul de vedere opus:

În univers există multe mecanisme pentru copierea și diseminarea informației, iar virușii reprezintă unul din lucrurile care sunt adesea copiate și diseminate.

O parte din aceste mecanisme de copiere sunt directe. Altele acționează pe căi ocolite. Dar virușii pe care îi vedem copiați de cele mai multe ori sunt cei de care se agață și pe care îi copiază aceste mecanisme.

Deci, având în vedere faptul că studiem doar virușii „de succes”, singurul lucru pe care îl știm despre ei este că știu cum să se răspândească. Virușii ADN au găsit modalități eficiente de a se răspândi prin mecanismele de copiere ale celulelor noastre. Infractorii care creează viruși de calculator au găsit modalități eficiente de a-i răspândi prin mecanismele de copiere ale computerelor. Toate acestea ne duc la cel mai interesant mecanism de copiere dintre toate: mintea umană.

Mintea

Mintea noastră excelează atât în ceea ce privește copierea informației, cât și în ceea ce privește urmarea de instrucțiuni. Amintiți-vă cele patru caracteristici ale unui virus: penetrarea, copierea, posibil darea de instrucțiuni și răspândirea. Oricât ar părea de înspăimântător acest gând, mințile noastre sunt ideale pentru infectarea cu viruși. Ei pot *pătrunde* în mintea noastră pentru că suntem apti să ne însușim idei și informații noi. Sunt *copiați* atunci când comunicăm unii cu alții, lucru la care ne pricepem din ce în ce mai bine. Virușii minții *dau instrucțiuni* programându-ne cu noi meme care ne afectează comportamentul. *Se răspândesc* atunci când șirul de evenimente iscat de noul comportament ajunge la o minte neinfectată.

Exemplele de viruși ai minții cuprind de la capriciile modei la cultele religioase. Pot fi reprezentați de orice aspect al culturii a cărui existență vine în contact cu oamenii, făcându-i să-și modifice gândirea și, în consecință, comportamentul, în final producând consolidarea și proliferarea respectivului aspect al culturii. Capitolele 9, 10 și 11 sunt pline de exemple de viruși ai minții.

În acest punct aș vrea să introduc distincția dintre *virușii minții* care apar spontan și cei care au fost inventați de conștiința umană. Îi voi numi pe cei apăruiți pe cale naturală *viruși culturali* și pe cei inventați de oameni *viruși proiectați*. Un virus proiectat este atent creat pentru a infecta oamenii cu un set de meme care îi influențează să

răspândească virusul la nivelul populației.

Virusii proiectați și cei culturali vă pot împiedica la fel de mult să găsiți fericirea, deși multora li se pare că e mai rău să fie învinși de vreun om de nimic care-i manipulează decât să le fie distrusă viața în urma unei serii normale de împrejurări. Dar în ciuda diferenței de percepție, efectul acestor două tipuri de virusi ai minții e același: fără să-ți dai seama, o parte din tine este deviată de la ceea ce faci de obicei pentru a face treaba virusului minții.

Memetică oferă informații noi despre modul în care operează mințile, societățile și culturile noastre. În loc să privim dezvoltarea culturii ca pe o secvență de idei și descoperiri care se sprijină una pe cealaltă, ce-ar fi să privim cultura ca pe un rezervor de meme, unde ideile din capetele noastre sunt modelate și transportate de diverse forțe, inclusiv de virusii minții? câți din acești virusi sunt deja în mintea noastră? Ne ajută sau ne fac rău? îi putem controla? Pot dușmanii noștri să creeze virusi noi și să ne infecteze cu ei?

Limitele exterioare ale acestei teorii sunt întunecoase și înspăimântătoare. Totuși, mi se pare că este avantajos să înțelegem virusii minții. Și chiar dacă acest lucru ne obligă să gândim într-un mod cu care nu suntem obișnuiți, ar fi bine să facem orice pentru a-i înțelege, a-i îmblânzi și a-i face să lucreze în interesul nostru, al copiilor noștri – și al copiilor copiilor noștri.

Pentru început, haideți să examinăm una dintre teoriile științifice cel mai greșit înțelese: evoluția prin selecție naturală.

Capitolul patru

Evoluția

„Aproape că putem spune că mintea omenească a fost special alcătuită să înțeleagă greșit darwinismul și să-l considere greu de crezut”.

Richard Dawkins

Nu există teorie științifică mai cunoscută și mai dezbătută decât teoria evoluției. Poate ar trebui să spun „teoriile” evoluției pentru că, și printre oamenii de știință respectați, există divergențe semnificative cu privire la modul în care operează evoluția. În afara științei, găsim desigur și mai multe divergențe, de la părerile fundamentalistilor religioși a căror credință intră în conflict cu modelul evoluționist, până la interpretările de tip New Age care privesc evoluția ca pe un efort deliberat către perfecțiunea spirituală și la oamenii care cred instinctiv că teoria evoluției este prea trasă de păr pentru a explica varietatea extraordinară a formelor de viață de pe planetă.

Motivul pentru care apar aceste divergențe este, cred, confuzia în privința implicațiilor evoluției. Instinctul nostru nu poate să ne ajute

să înțelegem ce se întâmplă de-a lungul a milioane sau miliarde de ani, deci e normal să fim sceptici în privința a ceva ce are efect într-o perioadă atât de lungă. Religiile fundamentaliste operează într-un anumit sistem de convingeri și până acum evoluția a fost prezentată într-un fel greu de împăcat cu respectivele convingeri. Oamenii de știință își petrec viața dezvoltând și discutând modele complexe ale felului în care funcționează lucrurile și e normal să nu fie de acord cu orice nu se potrivește cu modelele lor. Înțelegerea evoluției necesită un mod nou de gândire.

Evoluție și entropie

În sensul cel mai larg, evoluție înseamnă că lucrurile se schimbă în timp. Cu alte cuvinte, lucrurile care se pot menține și se pot autocopia se schimbă, celelalte nu.

Lucrurile care se pot menține și se pot autocopia se numesc *replicatori*. Cei mai interesanți replicatori din univers la ora actuală – interesanți atât pentru că ne implică *pe noi* cât și pentru că evoluează cel mai repede – sunt gena, care este replicatorul de bază în universul biologiei, și mema, care este replicatorul de bază în universul minții. În ceea ce privește universul computerelor, putem considera instrucțiunile sau programele ca replicatori, dar în acest moment software-ul este mai mult un produs creat deliberat de mintea umană și nu unul evoluat prin selecție naturală. Până vom începe să lăsăm software-ul să evolueze pe cont propriu, el va rămâne doar un tip de memă.¹²

Când folosim cuvântul *evoluție*, ca în sintagma „evoluția speciilor prin selecție naturală”, facem o deosebire între câștigătorii bătăliei respective, care continuă să existe, și învinși, care nu mai există. *Selecția naturală* înseamnă că forțele naturii fac selecția, spre deosebire de *selecția artificială* a câinilor de rasă buni de prăsilă, de exemplu, care este făcută de oameni. Lucrurile care nu se pot menține dispar până la urmă prin *entropie*, tendința lucrurilor de a randomiza și a se nivela în timp, ca un castel de nisip pe plajă sau un buștean în putrefacție.

Evoluția este un model științific al modului în care lucrurile devin mai complexe; entropia descrie modul în care lucrurile devin mai simple. Ele sunt forțele creatoare și distructive ale universului.

Cele două forțe operează nu doar în universul fizic, ci și pe teritoriul minții. De exemplu, pe măsură ce limba engleză se modifică în timp, anumite cuvinte și întrebări noi *evoluează* pentru a cuprinde noi distincții care au devenit larg răspândite. Prin *entropie*, cuvintele mai puțin folosite pierd distincții cum ar fi nuanțele de sens

sau particularitățile de ortografie sau de pronunție.

Realizarea de copii

Studiul evoluției este studiul realizării de copii. Un replicator este orice lucru care este copiat. Uneori replicatorul pare să facă mai mult decât „să fie copiat” pasiv; pare să aibă un rol mai activ. Atunci putem să spunem că „își face copii sieși”. Diferența este doar o problemă de puncte de vedere. Uneori pare mai normal să spunem că replicatorul își face singur copii, ca celulele când se divid și ADN-ul când se multiplică. Alteori, va avea mai mult sens să considerăm că replicatorul este ceva ce se întâmplă să fie copiat, ca o melodie pe care o fredonează oamenii sau ideea de democrație care circulă prin lume. În toate cazurile, copierea are loc și acest lucru este necesar evoluției.

Orice lucru care este copiat – indiferent care este mecanismul de copiere și indiferent dacă există sau nu o intenție conștientă de a copia – este un replicator.

Uneori se fac greșeli la copiere. Acestea sunt necesare pentru ca evoluția să aibă loc. Dacă copiile sunt prea exacte, niciodată nu se schimbă nimic. Dacă sunt prea proaste, nu prea putem vorbi despre un replicator: curând, calitatea care face ca lucrul respectiv să fie bun la replicare se pierde, așa cum copia unei copii a unei copii a unei circulare de birou devine indescifrabilă.

Evoluția necesită două lucruri: replicarea, cu un anumit grad de fidelitate; și inovarea, sau un anumit grad de infidelitate.

Adaptarea

Desigur, dacă un replicator își face doar una sau două copii nu ne prea ajută să înțelegem evoluția. Ne interesează replicatorii care își produc destule copii bune care la rândul lor devin replicatori, iar creșterea exponențială care rezultă produce repede un număr mare de copii. Când vorbim despre supraviețuirea celui mai adaptat, ne referim la supraviețuirea lucrului care se replică cel mai bine – care „se pricepe” cel mai bine să-și realizeze copii.

Adaptarea, în evoluție, înseamnă probabilitatea de a fi copiat. Cu cât ceva este mai *adaptat*, cu atât are mai multe șanse să fie copiat.

Cuvântul *adaptat*, în modelul nostru de explicare a evoluției, înseamnă doar atât. Nu are conotații de putere, agilitate, longevitate sau inteligență extraordinară. Un replicator este adaptat dacă este bun la replicare. Atât.

Este tentant să ne gândim că un replicator durabil, cu o durată

mare de viață ar putea concura cu succes împotriva unuia cu o viață mai scurtă care este mai bun la a fi copiat, dar matematica ne arată că nu e așa. Imaginați-vă doi replicatori: Matusalem trăiește 100 de ani și își face o copie în fiecare an, pentru un total de 100 de copii; Thumper trăiește doar un an, dar își face trei copii înainte de a muri. Tabelul următor prezintă cum va arăta populația totală a fiecăruia după fiecare an:

	Matusalem	Thumper
1	2	3
2	4	9
3	8	27
4	16	81
...
100	$\sim 10^{30}$	$\sim 10^{48}$

Acum, 10^{30} – adică un 10 cu 30 de zerouri după el – pot părea o mulțime de Matusalemi. Totuși, după 100 de ani, vor fi de aproximativ 10^{18} ori mai mulți Thumperi prolifici decât Matusalemi longevivi – adică 1.000.000.000.000.000.000 Thumperi pentru fiecare Matusalem. Asta presupunând că Thumperii nu se apucă să mănânce Matusalemi la cină.

Cei mai adaptați replicatori își fac cele mai multe copii și de aceea devin mai abundenți decât ceilalți. *Supraviețuirea celui mai adaptat* induce puțin în eroare; e mai mult *abundența celui mai adaptat*. Sigur că dacă resursele sunt puține, câștigul replicatorilor mai adaptați este pe socoteala celor mai puțin adaptați.

Gena egoistă

Așa ajungem la *gena egoistă* a lui Dawkins. Teoria genei egoiste a răspuns la atât de multe întrebări dificile și a lămurit atâtea detalii încurcate cu privire la evoluție încât importanța ei poate fi comparată cu cea a descoperirii faptului că nu Pământul este centrul universului.

În timp ce Dawkins a popularizat teoria genei egoiste în aceeași carte din 1976 în care a folosit prima dată cuvântul *memă*, meritul pentru prima publicare a ideii îi aparține biologului britanic William D. Hamilton și datează din anul 1963. Până la lucrarea lui Hamilton, majoritatea oamenilor de știință au presupus că evoluția se învâрте în jurul „nostru” sau a *indivizilor*, indiferent din ce specie. Ideea darwinistă a fost că evoluția se produce prin supraviețuirea celor mai adaptați indivizi și producerea de către aceștia a mai multor indivizi ca și ei. Ideea strălucită a lui Darwin – teoria evoluției prin selecție naturală – a explicat faptele suficient de bine pentru a dăinui mult

timp. Dar Darwin nu auzise de ADN.

Teoria genei egoiste a mutat centrul atenției evoluționiste de la cei mai adaptați indivizi la cel mai adaptat ADN. La urma urmei, ADN-ul este cel care duce informația de la o generație la alta. În sens strict, indivizii unei specii nu-și fac copii ale lor înșiși. Părinții nu se donează pentru a produce urmași care sunt copiile lor exacte, ci fac ca anumite copii ale unor părți din ADN-ul lor să fie *reproduse* într-un nou individ. Părțile de ADN care se reproduc cel mai bine devin mai numeroase și *ele* sunt cele care participă la „supraviețuirea celui mai adaptat”, nu individul în totalitate.

Părțile de ADN care joacă acest joc, producându-și replicarea prin orice mijloace, se numesc *gene*. Faptul că evoluția pare să se învârtă în jurul binelui lor și nu în jurul binelui nostru le face să fie *gene egoiste*.

Paradoxal, unul din modurile în care cercetătorii confirmă teoria genei egoiste este observarea comportamentului *neegoist* al animalelor. Albinele lucrătoare femele au evoluat astfel încât să muncească toată viața pentru a-și ajuta matca, regina, și să nu aibă copii pentru că, printr-un capriciu genetic, urmașii măteii au mai mult ADN în comun cu ele decât ar avea propriii lor urmași. Acest comportament este mai de folos genei lor egoiste decât reproducerea fiecărei albine.

În tot regnul animal, mamele își asumă riscuri mari pentru a-și salva puii. Imaginați-vă că o mamă înfruntă un prădător de care ea, dar nu și cei doi pui, ar putea scăpa, și că există o probabilitate de 50 % ca atât ea, cât și puii să fie uciși și o probabilitate de 50 % ca atât ea, cât și puii să fie salvați. Din moment ce fiecare pui moștenește cel puțin jumătate din ADN-ul mamei¹³, matematica ne spune că ADN-ul responsabil de acea tendință va avea un avantaj față de partea de ADN care ar face-o să-și abandoneze puii și să se salveze pe sine. Înfruntarea prădătorului va lăsa, în medie, mai multe copii ale genei *Protejează puii* decât ar lăsa fuga copii ale genei *Salvează-te pe tine*.

Evoluția biologică în totalitatea ei este o competiție între părțile de ADN pentru a vedea care gene își pot face cele mai multe copii.

Din punctul de vedere al unei gene, o ființă umană este doar o cale prin care se produc mai multe gene.

Un alt punct de vedere

Cheia înțelegerii evoluției genetice este să o privim din punctul de vedere al părților de ADN care se luptă pentru replicare. Ca să ne fie mai ușor, hai să privim viața din punctul de vedere al unui replicator oarecare de ADN, pe care o să-l numim Dan.

Când vorbesc despre Dan și despre a privi viața din punctul de vedere al lui Dan, nu mă refer la faptul că Dan are conștiință, ochi sau suflet, nimic de genul acesta. Vreau doar să propun ca noi, ființe

umane inteligente, să examinăm un model al evoluției care îl are în centru pe Dan, așa cum astronomii au descoperit că un model al sistemului nostru solar care se rotește în jurul Soarelui e mai util decât cel care se rotea în jurul Pământului.

Situația lui Dan în viață e cam aceeași ca a unui profesor universitar: publică sau pierе. Ceea ce publică Dan sunt copii ale subiectului preferat al fiecăruia: el însuși. Îi *pasă* lui Dan dacă publică sau pierе? Doar într-un sens mistic, metafizic. Dan e doar o bucată de carbon și o grămadă de aminoacizi. N-ar fi normal să spunem că îi *pasă* de ceva. *Nouă* s-ar putea să ne pese, pentru că am ajuns să-l iubim și să-l prețuim acum că i-am dat un nume, dar în realitate dispariția lui Dan ar însemna doar că atomii din univers ar fi aranjați într-un fel oarecum diferit. Mecanismul de replicare a ADN-ului ar funcționa în continuare, publicând copii ale lui Don, Diane, Denise, Doug și Arturo. Viața ar merge mai departe.

Dar hai să presupunem că Dan este una din acele structuri de ADN care se descurcă bine la replicare, atât de bine că îl putem găsi pe Dan în 100 % din rasa umană, plus la câțiva cimpanzei, babuini și alte maimuțe. De fapt, îl putem găsi pe Dan și la primele mamifere, și chiar la pești. Oho! Dan trebuie să fie o genă pentru ceva important, nu? Dan trebuie să fie rețeta genetică pentru coloana noastră vertebrală sau pentru fluxul sanguin sau pentru sistemul nervos central, nu? Altfel cum ar fi supraviețuit Dan atâta timp, dacă n-ar fi fost o genă pentru ceva foarte important pentru supraviețuirea noastră?

Aa. Înapoi. Am privit lucrurile din punctul meu de vedere. Mă pot ierta pentru asta pentru că face parte din natura umană, dar hai să ne întoarcem la punctul de vedere al lui Dan. Se dovedește că tot ce face Dan este să producă o enzimă care îmbină mai multe copii ale lui Dan în structuri de ADN. Asta-i tot. Tot ce face Dan este să-și protejeze propria poziție. (În acest punct, orice asemănare cu profesorii universitari este pură coincidență.)

Dan nu este o genă „pentru” ceva care contribuie la supraviețuirea ființelor umane. Nici nu e nevoie să fie, așa cum nici oamenii nu e nevoie să fie ceva care să mențină strălucirea soarelui. Dan trăiește într-o fabrică de ADN și pur și simplu are tot ce-i trebuie pentru a se replica în mediul respectiv. Chiar în timp ce eu scriu aceste rânduri, cercetările continuă să arate că există mari porțiuni de ADN în propriii noștri cromozomi care par a nu avea niciun efect asupra dezvoltării noastre. Surprinzător, dacă avem impresia că evoluția se învâрте în jurul nostru, dar din punctul de vedere al lui Dan nu e mai surprinzător decât faptul că mare parte din ce facem noi oamenii nu contribuie cu nimic la supraviețuirea pământului.

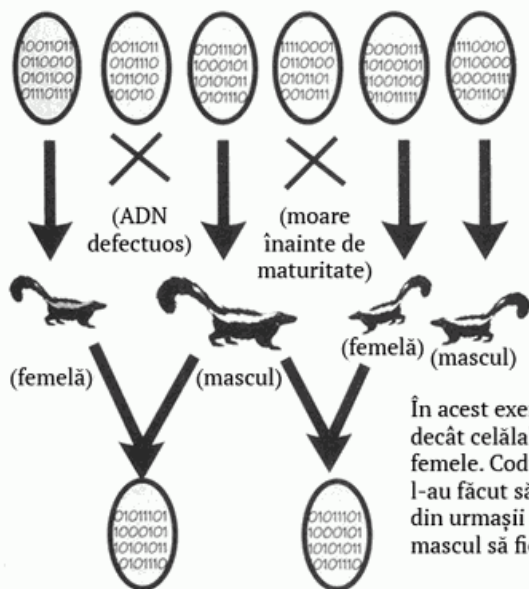
Dan nu este decât o parte de ADN care e bună la replicarea în acest

mediu. Mediul respectiv constă din:

— Celulele din corpul nostru și toate mecanismele din celule care replică ADN.

— Cealaltă parte de ADN care se întâmplă să se afle în aceeași celulă cu Dan. Fără această altă parte de ADN, din care anumite structuri ajută la dezvoltarea și reproducerea corpurilor și minților noastre, Dan ar pieri împreună cu noi.

Evoluția prin gene egoiste



Fiecare ovul fertilizat are un model unic de informație ADN.

Mecanismul din ovul citește codul ADN și-i urmează instrucțiunile, rezultând (dacă totul merge bine) un organism adult.

Diferențele de ADN afectează, de exemplu, dimensiunea și culoarea, având ca rezultat o rată mai mare sau mai mică de supraviețuire sau împerechere.

În acest exemplu, un mascul este mai mare decât celălalt și se împerechează cu ambele femele. Codurile ADN – gene egoiste – care l-au făcut să fie mai mare se replică în unii din urmașii lui. ADN-ul care-l face pe celălalt mascul să fie mai mic nu se replică deloc.

Genele, codificate în ADN, pot fi asemănată cu niște programe de calculator care rulează pe „hardware”-ul unei celule. Programul „produce” un organism a cărui „misiune” este să răspândească copii ale programului lui ADN prin împerecherea cu alte organisme de același fel.

— Noi, care ne trăim viața și facem ce facem. Noi nu trăim chiar atât de mult ca elefanții, în care Dan se află de asemenea, dar suntem mult mai prolifici... și suntem gazde bune cel puțin până vindecăm cancerul care, replicând haotic mari cantități din Dan, era una din micile lui plăceri în viață.

— Mediul nostru înconjurător. Dan avea mare succes cu dinozaurii până când s-a întâmplat ceva. Din fericire, el s-a asigurat împotriva riscurilor, deținând acțiuni la mai multe organisme în același timp, dar câțiva din prietenii lui genetici au mizat totul pe o singură carte și au dispărut odată cu dinozaurii.

Toate acestea lucrează pentru a crea un mediu pentru Dan. Într-

adevăr, întregul univers este mediul lui Dan; adaptarea lui ca replicator este influențată în mai mare sau mai mică măsură de tot ce există. Așa cum a spus poetul John Donne¹⁴, niciun om – sau Dan – nu e o insulă.

Și așa ne luăm rămas bun de la Dan, un replicator al naibii de adaptat. Evoluția l-a tratat bine. Dar înainte de a încheia subiectul evoluției genetice, să mai vedem o întrebare...

...Spre ce anume evoluează evoluția?

Majoritatea celor care au studiat biologia în școală presupun că evoluția ne face – pe noi și pe alte animale, desigur – să fim din ce în ce mai adaptați, îmbunătățind constant calitatea vieții pe Pământ și în univers. Pe măsură ce trece timpul, presupunem, plini de automulțumire, că cei mai adaptați dintre noi vor supraviețui, se vor reproduce și vor crea o rasă umană mai mare, mai bună și mai puternică. Și animalele vor evolua și nu peste mult timp Derby-ul Kentucky¹⁵ va fi alergat în mai puțin de un minut sau câinii noștri vor fi destul de inteligenți pentru a se dresa singuri. Și ne spunem: „Ce lume minunată!”

Sau poate această idee a supraviețuirii celui mai adaptat nu vă atrage. De ce ar trebui evoluția să ne conducă spre mai multă fertilitate și putere? De ce ar trebui să evoluăm spre o rasă de monștri supersexoși și supermușchiuloși? De ce să nu aibă o șansă și Stephen Hawking-ii¹⁶ și Helen Keller-ii¹⁷ lumii – la urma urmei dispunem de tehnologiile necesare să depășim atâtea dizabilități. Poate evoluția va favoriza dezvoltarea intelectului sau a contribuțiilor la bunăstarea lumii!

Nu e nevoie să aducem argumente în favoarea uneia sau alteia dintre aceste păreri, deoarece evoluția nu favorizează niciuna.

Evoluția genetică favorizează replicarea celui mai adaptat ADN. Și când spun „cel mai adaptat” mă refer la cel care se replică cel mai bine. Deci atâtea timp cât suntem buni soldați pentru replicatorii de ADN și continuăm să ne multiplicăm și să ne extindem, evoluția genetică ne va favoriza. Dar va favoriza și insectele, care sunt mult mai numeroase decât noi, și desigur virușii, care pătrund ca niște paraziți în toate mecanismele de replicare pe care le găsim, cum am fi noi, și se descurcă de minune. Indiferent cine-ar câștiga: noi, sau insectele, sau virușii, este doar o problemă de sistem de referință. ADN-ul este cel care evoluează, iar noi nu facem decât să jucăm un rol în acest proces.

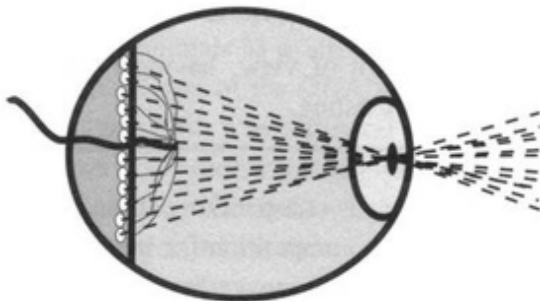
Evoluție, nu inginerie

Evoluția, atât a genelor, cât și a membrilor, este rezultatul întâmplător al unei lupte continue și nu produsul unui strălucit proiect ingineresc.

Care este diferența dintre evoluție și inginerie? Ingineria este proiectarea unui întreg din părți potrivite fiecare pentru îndeplinirea unui scop. Evoluția este procesul unor schimbări minuscule, care rezultă fiecare într-o îmbunătățire mai mare sau mai mică a capacității individului respectiv de a supraviețui și a se reproduce. Un bun inginer evită *talmeș-balmeșul* – adică folosirea unei părți nepotrivite scopului pe care îl are de îndeplinit. Dar evoluția favorizează, ba chiar prețuiește talmeș-balmeșul. Găsirea bruscă a unui nou scop pentru o parte, fără a-i diminua semnificativ vechea funcție, este o caracteristică importantă a procesului evolutiv.

Un exemplu clasic de talmeș-balmeș evolutiv este ochiul uman. Nervii care leagă celulele fotosensibile de creier vin de fapt prin fața retinei și nu prin spate – „firele” ies direct din câmpul vizual al ochiului. E greu să ne imaginăm un inginer, în afară de Dumnezeu, care să proiecteze ceva în acest fel. Dar evoluția a folosit ce a avut la dispoziție și încet-încet a construit un ochi. Vă puteți imagina o creatură primitivă având o celulă fotosensibilă care a evoluat de-a lungul a milioane de ani și a ajuns o sursă de vedere din ce în ce mai bună. Atunci când celula fotosensibilă era simplă, nu avea importanță dacă era orientată într-un fel sau altul. Când s-a dezvoltat ajungând un ochi complex, cu o lentilă focalizatoare, nu a mai putut fi reproiectată astfel încât „firele” să iasă prin spate.

Tocmai această natură aleatorie a evoluției face atât de dificilă descifrarea ADN-ului. Dacă ADN-ul ar opera ca un program de calculator, cu miliarde de „linii de cod” împărțite exact pe funcții și subrutine, până acum l-am fi „demonstat”. Politicienii ar lupta pentru voturi bazate pe vederile lor în privința moralității obținerii unor creaturi proiectate genetic. Dacă ADN-ul ar opera astfel, inginerii geneticieni ar putea construi (și probabil breveta) orice animal sau organism și-ar imagina: am crea sau poate am vota legi împotriva creării de animale care ar putea fi sacrificate pentru a oferi mâncare complet sănătoasă; bacterii speciale care să fie injectate în sânge pentru a vindeca tumorile canceroase și a distruge plăcile de pe artere; chiar animale de casă care ar fi gata dresate să aducă papuci, să latre la musafirii nepoftiți, să aducă ziarul, să gătească...? Din fericire sau nu, dezbaterrea morală pe marginea unor astfel de aparate bioelectrocasnice pare să mai aibă de așteptat vreo câțiva ani.



Într-un exemplu clasic de evoluție aleatorie, ochiul uman are „fire” care ies prin fața retinei și nu prin spate, așa cum le-ar fi proiectat un inginer dacă ar fi construit el un ochi. Complexitatea ochiului a fost odinioară considerată a fi o dovadă a existenței unui Creator supranatural, întrucât părea greu de crezut că un organ atât de complex ar putea evolua prin selecție naturală. Biologii au acum dovezi că ochii au evoluat independent, prin selecție naturală, de zeci de ori în cazul fiecărei specii.

Asta pentru că ADN-ul și evoluția nu lucrează ca un inginer de software care creează un program de calculator. ADN-ul evoluează prin mutații, mici părți ale lui schimbându-și poziția, intersectându-se, apărând într-un loc, dispărând din altul, producând modificări mai mari sau mai mici în dezvoltarea embrionului și a organismului matur. Dar, cu mici excepții, nu există o legătură unu la unu între un anumit fragment de ADN și o anumită parte din organismul adult rezultat. ADN-ul nu reprezintă un plan, contrar părerii încetățenite. Nu există niciun loc în ADN-ul uman care să reprezinte degetul arătător de la mâna dreaptă sau unghia degetului mic de la piciorul stâng.

E adevărat că cercetătorii au descoperit câteva structuri de ADN uman care, prin faptul că diferă de la un individ la altul, par să determine unele particularități, cum ar fi culoarea ochilor, grupa sanguină sau susceptibilitatea la anumite boli. Dar numărul acestor structuri este minuscul în comparație cu cantitatea totală de ADN uman și, cum am scris mai devreme, oamenii de știință au ajuns la concluzia că există cantități uriașe de material genetic care par a nu avea absolut niciun efect asupra organismului gazdă.

Vă surprinde acest lucru? E surprinzător doar dacă privim ADN-ul din vechiul punct de vedere centrat pe animal asupra funcției sale. Dacă privim ADN-ul ca un mijloc al animalului de a se reproduce, existența unor vaste structuri de ADN fără niciun rol este într-adevăr inutilă. Acestea reprezintă doar un bagaj excedentar.

Din punctul de vedere al ADN-ului, însă, totul are sens. Din punctul de vedere al materialului genetic, ființa umană care rezultă din prezența ADN-ului în celulele sexuale masculine și feminine

reprezintă cel mai eficient mod pe care l-a găsit natura de a produce mai multe ființe de același fel. ADN-ul folosește siguranța pântecului matern pentru a fabrica celulă după celulă care să conțină copii ale sale și, în final, un nou individ (sau poate gemeni) gata să continue treaba și să ajute ADN-ul să se multiplice în continuare. Ne întrebam de ce era necesar ca fiecare celulă să conțină o copie completă a ADN-ului din moment ce nu o folosea în niciun fel. Ei bine, nu e necesar; eram noi groaznic de egocentrice!

Din punctul de vedere al ADN-ului, *noi* existăm doar ca să-l ajutăm să se copieze.

Nu există nicio confruntare la nivelul ADN-ului pentru mâncare sau împerechere – avem noi grijă de competiție în locul lui –, așa că natura nu prea are de ce să înlăture excedentul de bagaj din ADN. El rămâne în siguranță în mici nuclee, în mici celule, în mici organisme care – cu excepția ființelor umane, care par a fi atins un nou stadiu de evoluție – își dedică întreaga viață găsirii unor perechi potrivite, care să le ajute ADN-ul să se autocopieze.

Vi se pare o exagerare? Nu este, dacă rețineți că speciile au evoluat ca rezultat al faptului că cel mai adaptat – cel mai bun la autocopiat – ADN a fost selectat și reprodus, selectat și reprodus, iar și iar, de-a lungul a milioane de ani. Unele caracteristici și comportamente pot fi explicate ca rezultat al evoluției genei egoiste.

Evoluția speciilor

Citeam una din acele colecții de răspunsuri la întrebări sâcâitoare¹⁸ cum ar fi: „De ce au cărțile pagini albe la sfârșit?” și „De ce butonul de închidere a ușilor de la lift nu este folosit?” când am dat peste întrebarea: „Ce rol are uleiul din capul cașaloților?” Autorul cita câțiva experți, care își dădeau cu părerea despre rolul spermanțetului. Toți propuneau diferite moduri prin care punga de spermanțet ar putea ajuta la supraviețuirea sau reproducerea balenei, deși vorbeau ca și cum aceasta ar fi fost făcută de un inginer și nu ar fi evoluat prin selecția naturală a ADN-ului.

Scopul oricărei caracteristici dezvoltate prin evoluție este de a face copii unui replicator – ADN-ul care produce dezvoltarea respectivei caracteristici. De obicei asta înseamnă că trăsătura cu pricina îl ajută pe animal să facă unul din două lucruri: să supraviețuiască sau să se reproducă. Probabil că punga de spermanțet a cașalotului îl ajută să supraviețuiască și probabil că inițial au existat cașaloți fără pungă de spermanțet, sau cu o pungă mică sau cu ea plasată în altă parte a corpului – nu știm.

Dar există și alte posibilități. Chiar dacă alianța dintre replicatorii ADN și organismele gazdă este una puternică, nu este perfectă.

Câteodată ce e bine pentru ADN nu e bine și pentru gazdă. Voi folosi cașalotul pentru un exemplu ipotetic.

Să presupunem că în trecut cașaloții nu aveau pungă de spermanțet. Brusc, prin mutație sau variație, un mascul s-a născut cu o pungă de spermanțet care i-a mărit puțin capul, dar i-a ocupat o parte din spațiul pentru creier, reducându-i viteza de înot, ceea ce l-a făcut mai susceptibil la atacul prădătorilor și mai puțin capabil să găsească hrană, micșorându-i astfel speranța de viață.

Totuși, această mutație a pungii de spermanțet a avut un efect secundar interesant. Una din trăsăturile cașaloților masculi de care erau atrase femelele era capul lor mare. Când a apărut această pungă, chiar dacă a pus oarece piedici supraviețuirii balenei, l-a făcut să atragă mai multe femele. Astfel, și-a petrecut mare parte din viață împerechindu-se și a transmis gena pungii de spermanțet la jumătate din urmașii săi.

Același lucru s-a întâmplat și cu aceștia și foarte repede bieții masculi cu capete mai mici au fost sortiți singurătății, pe când cei cu capete mari, deși mai proști și mai înceți, s-au ales cu toate femelele. În acest caz ipotetic, dacă chiar s-a întâmplat așa, evoluția a favorizat egoistul replicator ADN care a fost responsabil de puna de spermanțet și nu îmbunătățirea abilității de supraviețuire a speciei. N-am auzit pe nimeni care să facă asemenea presupuneri despre balene și am folosit un exemplu complet inventat doar ca să nu intru în vreo polemică cu biologii evoluționiști, dar cercetătorii chiar au avansat în mod serios teorii similare despre penele de păun.

De ce unii păienjeni, de exemplu, au ritualuri extrem de elaborate pentru a-și alege exact perechea potrivită pentru împerechere, deși urmași fertili, aparent la fel de adaptați, pot fi produși și prin împerecherea cu alți păienjeni? Din nou privim lucrurile din punctul de vedere al păianjenului, care nu explică ce s-a întâmplat de-a lungul evoluției. Aceste dansuri elaborate, dificile reprezintă modul ADN-ului de a se asigura că perechea va avea același lanț de ADN cu cel care a produs dansul.

Dansul păianjenului este echivalentul genetic al punerii de către Nintendo în jocurile sale a unui dispozitiv special care nu permite cartușelor de jocuri ale altor companii să poată fi folosite în *player*-ele lor. Dumneavoastră, în calitate de consumator, ați putea prefera multe alte mărci de cartușe de jocuri. Dar numai una dintre mărci asigură profit pentru Nintendo, așa cum numai una dintre specii garantează replicarea ADN-ului pentru fabricantul organismului – ADN-ul însuși.

Evoluția lucrează întotdeauna în beneficiul replicatorilor egoiști. De obicei, supraviețuirea și reproducerea unui animal servește aceluiași scop ca și copierea și răspândirea replicatorului, dar dacă apare vreun conflict de interese,

Sfârșitul unei ere

Aceasta este povestea evoluției *genetice*, povestea de succes a ADN-ului, în care noi nu jucăm decât un mic rol secundar. Dar nu disperați: vin și zilele noastre de glorie! În afară de faptul că ne fascinează din punct de vedere intelectual, evoluția genetică are puțin efect asupra vieții noastre de zi cu zi. A ne îngrijora în legătură cu evoluția genetică este cam la fel cu a ne îngrijora în legătură cu posibilitatea de a fi striviți de un ghețar: acest lucru nu are prea mare importanță decât dacă ne planificăm să stăm pe loc în următoarele câteva mii de ani. În ceea ce privește viețile noastre individuale, evoluția genetică e încheiată. Cu puțin noroc, nici ADN-ul dumneavoastră, nici al meu nu va evolua în timpul vieților noastre.

Acesta este sfârșitul erei ADN-ului, dar nu și sfârșitul poveștii. Pentru noi, e doar începutul. Am menționat mai devreme că oamenii par să fi atins un stadiu superior de evoluție. Când spun acest lucru, nu mă refer la faptul că suntem mai buni din punct de vedere moral sau că suntem creaturile alese de Dumnezeu sau altceva de genul acesta, chiar dacă ar fi adevărat. Ceea ce vreau să spun este că mințile, viețile și culturile noastre sunt afectate și de evoluția a altceva, nu doar a ADN-ului. Pentru că, dacă evoluția genetică se petrece atât de încet încât îți trebuie multă încredere ca să crezi în ea, există un nou tip de evoluție care se petrece atât de rapid încât lasă ADN-ul în țărâna lui Darwin. Este evoluția a ceva chiar mai apropiat și mai drag nouă decât ADN-ul.

Până acum câteva mii de ani, ADN-ul era principala metodă de stocare și replicare a informației din universul cunoscut. De aceea nu putem vorbi despre evoluție fără a vorbi despre ADN: evoluția înseamnă replicarea informației, iar aproape toată informația de pe pământ era stocată în ADN.

Astăzi avem alt mediu pentru stocarea informației – unul care se replică, suferă mutații și se răspândește mult mai repede decât ADN-ul. Avem un mediu atât de eficient pentru evoluție încât putem crea, experimenta și răspândi frenetic noi replicatori în zile și chiar ore, față de miile de ani necesari ADN-ului. Noul mediu este atât de interesant și de important pentru viețile noastre zilnice încât evoluția genetică este practic inexistentă prin comparație. Care este acest nou, desăvârșit, prolific mediu pentru evoluție?

Este vorba despre *mintă*, iar replicatorul care evoluează în mintea noastră se numește *memă*.

Evoluția memelor

„Poți rezista invaziei unei armate, dar nu și unei idei căreia i-a sosit timpul”.

Atribuit lui Victor Hugo

Odată ce creierele noastre au evoluat astfel încât să putem primi, stoca, modifica și comunica idei, a apărut un nou mediu care avea cele două caracteristici necesare evoluției: copierea și inovarea. Creierele noastre, care au apărut pentru că erau din ce în ce mai utile la menținerea vieții și capacității de reproducere a gazdelor ADN-ului (adică a noastră), au fost puse dintr-odată în centrul atenției evoluției.

Inovația nou-nouță a minții umane nu a reprezentat doar o altă arenă pentru evoluție, pe lângă celulă, ci a reprezentat o arenă *mult mai bună*, pentru că astfel evoluția are loc mult mai repede. Forțele biologice care au dus la dezvoltarea creierelor noastre, făcându-ne să avem minte, au fost acum depășite de milioane de ori de noile forțe memetice care au dus la evoluția gândurilor, societății și culturii noastre. Evoluția memei a fost asigurată.

Mema este un replicator care utilizează mediul minților noastre pentru a se replica. Evoluția memelor are loc pentru că mințile noastre se pricep la copiere și inovare – a ideilor, comportamentelor, melodiilor, formelor, structurilor etc.

Gena egoistă a minții

Noi am evoluat, din punct de vedere genetic, până la a avea minte datorită unei gene egoiste a minții sau a unui precursor al minții care a dat oamenilor cu gena respectivă un avantaj în ceea ce privește supraviețuirea. Având acest avantaj, supraviețuim și ne înmulțim, replicând gena egoistă a minții.

ADN-ul care ne face să avem minte nu este, desigur, la fel de adaptat ca cel care face ca insectele să fie mici, rapide și acoperite de o crustă tare. Există mult mai multe insecte decât oameni și nici măcar nu ne pricepem așa de bine să câștigăm bătăliile cu insectele pentru spațiul de locuit. Dar mintea noastră ne oferă categoric un avantaj, și nouă, și ADN-ului nostru gazdă, deci iată-ne capabili să gândim profund și pretinzând că suntem stăpânii. Așa să fie.

Din punctul de vedere al ADN-ului, desigur, mai suntem aici dintr-un singur motiv: să ne răspândim și să ne înmulțim. Dar singurul mod prin care ADN-ul își poate atinge scopul este procesul extrem de lent al evoluției genetice, cam un pas la 20 de ani, în comparație cu ritmul amețitor al evoluției memelor, unde o idee se modifică în timpul necesar citirii unei propoziții.

Pentru că evoluția memetică are loc atât de rapid, cea mai mare parte din activitatea creierelor noastre are puțin de-a face cu evoluția genetică. A fi un geniu – a contribui la progresul științei sau tehnologiei, a crea artă sau a scrie piese de teatru – reprezintă un amestec de utilizări ale creierului nostru, aflate mai presus de utilizările care-i fac pe oamenii deștepți să se răspândească și să se înmulțească.

Nu spun că de acum încolo putem ignora complet genele. Există rapoarte alarmante asupra scăderii nivelului general de inteligență din cauza faptului că oamenii deștepți fac mai puțini copii.¹⁹ Dacă există gene care dau oamenilor tendința de a-și însuși meme care le limitează numărul de urmași, ele vor dispărea în câteva generații, lăsând locul genelor care dau oamenilor tendința de a prelua meme care îi determină să facă copii.

Deci, neuitând să stăm cu ochii pe oglinda noastră retrovizoare mentală pentru a verifica din când în când mersul evoluției genetice, să ne mutăm în restul cărții pe banda de circulație rapidă și să mergem cu memele.

Mema la fel de egoistă

Înțelegerea evoluției memelor necesită un pic de gândire laterală. De exemplu, nu este util să vorbim despre *scop* când vine vorba de evoluție, ca în întrebarea: „Care a fost scopul evoluționist al minții?”, pentru că scopul depinde de punctul de vedere.

Mecanismul evoluției nu are un scop în sine; este doar bătălia inexorabilă a replicatorilor pentru acces la mecanismele de replicare disponibile.

Dacă Minerva este numele structurii de ADN care face diferența dintre a avea și a nu avea minte, atunci din punctul de vedere al Minervei scopul minții noastre este să asigure siguranța și replicarea Minervei. Din punctul nostru de vedere, scopul Minervei este să ne ofere minte. E o problemă de perspectivă.

În loc să privim evoluția memelor din punctul nostru de vedere, așa cum facem în mod normal, trebuie să o privim din punctul de vedere al memei, ca și cum mema ar acționa în interesul său egoist și ar face orice ca să se autocopieze și să se răspândească. Conceptul de „mem egoist” nu atribuie, desigur, nicio conștiință sau motivație memei; înseamnă doar că putem înțelege mai bine lucrurile dacă privim evoluția din punctul lui de vedere.

Evoluția ideilor, culturii și societății are în centru mema egoistă, așa cum evoluția speciilor are în centru gena egoistă.

Din nou, acesta nu este Adevărul, ci doar un model util. Și a privi

viața în acest mod ar putea fi o pastilă greu de înghițit – la urma urmei suntem obișnuiți să ne credem geniali, liber-cugetători, nu pioni în jocul mamei –, dar este o pastilă care calmează mult durerea de cap pe care o simțim când încercăm să înțelegem cum operează cultura.

Punctul de vedere al mamei

Din punctul de vedere al unei mame, mintea noastră există cu singurul scop de a-i face lui copii. Nu vreau să spun cu asta că o mamă are un punct de vedere, doar că dacă ar avea unul, ar fi acesta. Mama egoist este la fel de egoistă ca gena egoistă, iar cele două concepte sunt la fel de lipsite de sens literal. Singurul motiv pentru care ne străduim să privim lumea din punctul de vedere al unor replicatori lipsiți de rațiune este că acest lucru ne ajută să clarificăm o situație altfel confuză.

Deci, din punctul de vedere al mamei, nu doar mințile noastre, ci și trupurile noastre în întregime, orașele, țările și categoric televizoarele există pentru același scop egoist. Este important să înțelegem acest lucru. Dacă televizoarele n-ar ajuta la copierea memelor (un candidat evident este mama-strategie: *Luați-vă televizor*), nu am avea televizoare! Cu siguranță, ele nu au evoluat biologic!

Cele mai populare și răspândite părți ale culturii noastre sunt cele mai eficiente la copierea memelor.

Fiecare parte a culturii noastre care se află dincolo de ceea ce vedem în culturile animalelor – și poate chiar și acelea – este un produs al evoluției memelor. Ideile cele mai populare sunt cele care se răspândesc cel mai ușor. Arta cea mai populară este cea cu cele mai adaptate meme. Televiziunea joacă un rol crucial în evoluția memelor: show-uri care nu-și atrag iarăși aceiași spectatori și recomandările transmise prin viu grai dispar rapid, fiind înlocuite de un șir nesfârșit de mutații și variații. Idei despre cum să vă conduceți afacerea, să vă administrați banii și să vă îmbunătățiți stilul de viață se răspândesc nu pentru că sunt cele mai bune pentru dumneavoastră, ci pentru că sunt *cele mai bune la răspândit*. Între cele două există câteodată o legătură, dar de cele mai multe ori nu.

Ce face ca o mamă să fie bun la a se răspândi – ce face din el un bun replicator? Avem multe modalități de a răspândi meme – prin viu grai, prin scris, prin limbajul trupului sau prin televiziune –, dar de ce unele meme, ca proverbialele vești proaste, circulă repede... în timp ce alte meme, ca cele din show-urile nepopulare de televiziune, dispar rapid? Putem începe să căutăm un răspuns la această întrebare speculând despre începuturile evoluției memelor, întorcându-ne la perioada când evoluția genetică avea o influență mai mare asupra conținutului creierelor noastre decât evoluția memelor și când selecția

naturală a ales din toate alternativele ADN-ul pentru creiere deștepte.

Scopul creierelor noastre

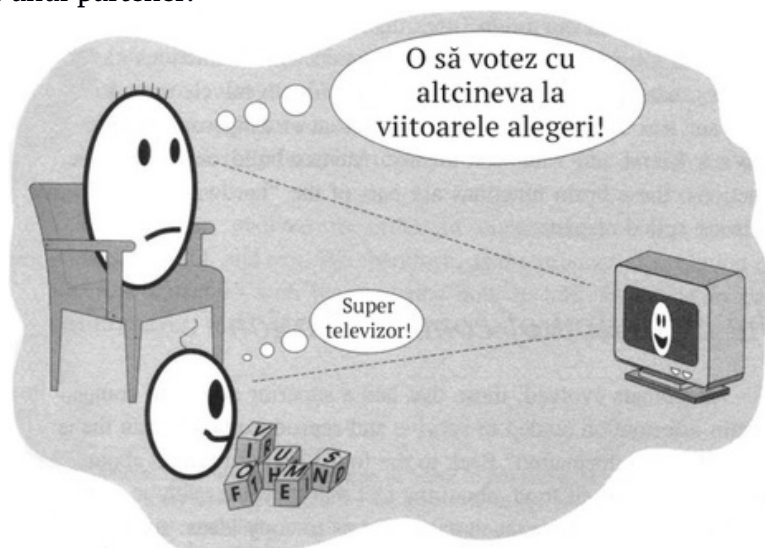
Inițial, singurul scop al creierelor noastre era să ne ajute ADN-ul să-și facă copii. Principalul mod în care noi îl ajutam să facă acest lucru era supraviețuind, împerechindu-ne cu alți oameni cu care aveam în comun mare parte din ADN-ul respectiv și făcând cât mai mulți copii care să se reproducă la rândul lor. La început, scopul creierelor noastre era unul din următoarele:

- Să ne sporească șansele de supraviețuire cel puțin până la vârsta la care eram capabili să ne reproducem

- Să ne ajute să facem din ce în ce mai mulți copii

- Să ne sporească șansele de a ne împerechea cu un partener potrivit, care să producă cele mai multe copii ale ADN-ului responsabil pentru creier.

Cu alte cuvinte, creierele noastre ne sporeau abilitatea de a urma cele patru instincte de bază ale animalelor: de luptă, fugă, hrănire și găsim a unui partener.



Televizoarele ajută la copierea memelor, inclusiv a mamei
Luați-vă televizor.

Existau câteva mecanisme ale creierului care deja lucrau pentru aceste instincte chiar înaintea etapei din evoluție care ne-a dat minți conștiente. Sunt mecanismele pe care le au și alte animale: frica, trimiterea și recepționarea de semnale verbale și vizuale, memoria și instinctul apartenenței la un grup. Toate aceste mecanisme ajută la replicarea ADN-ului.

Cele trei clase în care am clasificat memele în Capitolul 2 provin

din utilizările de început ale creierelor noastre, utilizări care ajutau la supraviețuire și reproducere. Chiar și creierul animalelor pot fi programate cu distincții (fața mamei, un prădător, mâncare comestibilă), strategii (poteci pe care să meargă, modalități de a găsi mâncare) și asocieri (amintiri ale unor experiențe plăcute sau periculoase, ale prietenilor și dușmanilor). Memele se clădesc pe aceste funcții de bază ale creierului; aceste funcții de bază ale creierului fac parte din „design-ul hardware” pentru software-ul numit memă.

Evoluția comunicării

Pe măsură ce animalele au evoluat, cele care aveau o abilitate – tate superioară de a comunica anumite informații au supraviețuit și s-au reprodus mai bine decât celelalte. Ce fel de informații? Să ne întoarcem la cele patru instincte primare: informații despre pericole, despre locurile unde se găsește hrană și despre faptul că sunt gata de împerechere.

Datorită minților noastre, noi putem mult mai ușor să copiem idei: meme-strategii, meme-distincții și meme-asocieri. E imposibil să punem prea mult accentul pe importanța copierii în evoluția culturii și cunoștințelor noastre. Dacă mințile noastre n-ar avea capacitatea de a copia idei una de la alta, cunoștințele noastre s-ar limita la ceea ce am putea acumula singuri în timpul unei singure vieți.

La un anumit moment, mințile noastre au evoluat în așa măsură încât ne-am dezvoltat un limbaj. Limbajul a provocat o explozie în evoluția memelor. A revoluționat comunicarea, făcând posibilă apariția unor noi concepte, a unor noi distincții, asocierea unor lucruri și împărtășirea de strategii. Animalele inferioare nu puteau face aceste lucruri. Bătălia se dădea acum pentru îmbunătățirea constantă a comunicării în scopul sprijinirii supraviețuirii și reproducerii.

Există două modalități de bază prin care se poate îmbunătăți comunicarea: să se vorbească mai tare sau să se asculte cu mai multă atenție. E de așteptat ca selecția naturală să favorizeze animalele care își scot în evidență verbal, vizual sau altfel sexualitatea și nu pe cele care așteaptă timide să le apară perechea potrivită. Dar este un pic mai dificil să înțelegem de ce selecția „egoistă” ar favoriza tendința de a scoate un urlat și a-i anunța pe ceilalți în legătură cu un pericol sau cu locurile unde se găsește hrană, însă totul devine mai clar când ne dăm seama că gena „urlatului” se găsește probabil și la cel care urlă și la cei care ascultă. Amintiți-vă că evoluția genetică face selecția pentru *gene*, nu pentru indivizi.

În ceea ce privește ascultatul, selecția naturală va tinde să aleagă un animal care e gata să lase totul și să acorde atenție informațiilor

importante și nu unul care are tendința să le ignore. Din punctul de vedere al unei gene, informațiile importante se referă la ceea ce protejează și sporește numărul copiilor genei respective – adică informații despre pericole, hrană și sex. Dacă mama lui Bambi ar fi ciulit urechile puțin mai repede, ar mai trăi și acum și ar povesti cum a auzit exact la timp creanga rupându-se sub cizma vânătorului.²⁰

Comunicarea a evoluat către transmiterea de informații în legătură cu lucruri foarte precise: pericol, hrană și sex. De aceea, noi, ca produs al evoluției animale, avem tendința atât de a vorbi mai mult, cât și de a asculta cu mai multă atenție ceea ce se spune despre pericol, hrană și sex.

Memele referitoare la pericol, hrană și sex se răspândesc mai repede decât alte meme pentru că suntem făcuți să le acordăm mai multă atenție.

Originea memelor

Care au fost memele inițiale importante pentru supraviețuirea și reproducerea noastră pe care le-au răspândit oamenii care comunicau? Ne putem imagina:

— **Criza.** Răspândirea rapidă a fricii a salvat multe vieți, atrăgând atenția la pericol. Și animalele inconștiente își pot comunica mema *criză* – de exemplu prin fugă dar comunicarea memei-distincție *criză* și a detaliilor specifice a avut o valoare mai mare pentru supraviețuire.

— **Misiunea.** Comunicarea unei misiuni cum ar fi lupta cu un dușman, construirea unui adăpost sau găsirea hranei a permis oamenilor să supraviețuiască în vremuri de restriște. Grupurile de oameni care și-au îmbunătățit din ce în ce mai mult capacitatea de a transmite și recepta mema *misiune* aveau ADN-ul mai adaptat decât ceilalți pentru că erau capabili să lucreze împreună pentru un scop comun.

— **Problema.** Identificarea unei situații – cum ar fi lipsa de hrană, competiția pentru potențialii parteneri și altele – ca problemă care trebuie rezolvată a făcut ca fiecare individ să fie mai bine pregătit să supraviețuiască și să se împerecheze.

— **Pericolul.** Mai ales informațiile despre potențialele pericole, chiar dacă acestea nu erau crize iminente, erau valoroase. Informațiile despre locurile unde vânau prădătorii sau unde apa nu era bună de băut sporeau șansele de supraviețuire.

— **Oportunitatea.** Acționarea rapidă pentru evitarea pierderii vreunei recompense care se ivea – fie ea hrană, pradă sau un potențial partener – a fost avantajoasă pentru oamenii în evoluție.

Toate aceste meme fac parte din viața noastră și astăzi. Ar fi

surprinzător să nu facă parte întrucât, pe o scală a evoluției ADN-ului, creierul nostru a evoluat doar recent până la a ne oferi o conștiință și prin urmare abilitatea de a comunica meme pe scară largă. Dar ar fi o adevărată provocare să găsim astăzi vreo cultură sau subcultură pe pământ care să nu se fi preocupat de crize, misiuni, probleme, pericole sau oportunități, chiar dacă ar putea exista serioase dezacorduri în privința naturii acestora.

Haideti să facem o verificare rapidă să vedem cât timp acordăm comunicării pe aceste subiecte, în relație cu vechii noștri prieteni pericolul, hrana și sexul: Uitați-vă pe câteva canale de pe televizorul dumneavoastră. Răsfoiți câteva pagini din ziarul pe care îl citiți zilnic. Chiar când scriu aceste rânduri, lista națională de bestselleruri din categoria ficțiune este plină de thrillere și povești de dragoste; lista de la categoria nonficțiune cuprinde cărți despre boli mortale (virusi!), îmbunătățirea vieții sexuale, consumul de hrană mai sănătoasă și crizele politice, și doar din când în când vreo carte despre autoperfecționare, care să ofere o rază de speranță. Și oamenii probabil citesc *aceste cărți* doar pentru că sunt speriați de pericolele care îi pasc dacă nu o fac! Întotdeauna am considerat că o carte ca *Regimul rapid de slăbit recomandat de doctor* s-a vândut într-un milion de exemplare numai datorită memelor din titlu. Ce *oportunitate* ca cineva în care ai *încredere* să abordeze *problema crizei tale de sex-appeal* apărute din cauza *mâncării*! iO

Pentru a înțelege eficiența memelor *criză*, *misiune*, *problemă*, *pericol* și *oportunitate* citiți următoarele două paragrafe, amândouă descrieri exacte ale unei cărți despre meme. Primul paragraf nu conține aceste meme:

Introducere în memetică este o compilație de idei despre știința memeticii. Fiecare capitol prezintă câte un subiect din acest domeniu. Sunt incluse exemple privind modul în care memetică afectează viața oamenilor, ilustrează date istorice și oferă opțiuni pentru viitor.

Al doilea paragraf este înțesat cu toate cele cinci meme cheie:

Virusul minții dezvăluie criza iminentă produsă de o nouă tehnologie periculoasă cunoscută sub numele de *memetică*. Ce este memetică și cum ne putem feri de efectele ei nocive? Singura noastră șansă este ca toată lumea să citească *Virusul minții* înainte de a fi prea târziu!

Reacția obișnuită ar fi să adormiți la jumătatea primului paragraf și să acordați mult mai multă atenție celui de-al doilea. Nu prea puteți controla această tendință: creierul dumneavoastră este construit pentru a reacționa în acest fel. S-ar putea să fi fost oarecum *sceptici* când ați citit al doilea paragraf. Mema-strategie *scepticism* protejează într-o oarecare măsură setul de meme care există în mintea

dumneavoastră. Din nefericire, acesta rezistă în egală măsură membrilor benefice și celor nocive.

„Acționarea resorturilor” noastre

Acum problema se complică, așa că țineți-vă bine. Amintiți-vă, creierele noastre nu au fost proiectate pentru un scop precis; au fost „asamblate” prin selecție naturală, diferite lucruri fiind încercate, întărite, slăbite și combinate până când s-a întâmplat ceva interesant care a făcut ca genele responsabile pentru lucrul respectiv să se relice mai bine decât celelalte.

Așa a evoluat creierul nostru, și cel al altor animale, în așa fel încât să acorde mare atenție informațiilor despre pericol, hrană și sex. Și când a început să se producă evoluția lor, membrele care au avut succes inițial au fost cele legate de pericol, hrană și sex, printre altele. Printre altele? Desigur, întrucât creierele noastre au tendința naturală de a acorda atenție și altor lucruri. Râsul și căscatul, de exemplu, sunt amândouă contagioase – creierele noastre tind să le reproducă atunci când ele apar.

Dar majoritatea lucrurilor cărora creierele noastre le acordă atenție au evoluat pentru a ajuta la supraviețuirea și reproducerea noastră. Problemele apar pentru că evoluția genetică nu s-a oprit la momentul în care am fost capabili să observăm un tigru alergând spre noi, o masă pregătită sau o persoană de sex opus fluturând din gene.

Evoluția a avansat în mod natural spre obținerea unei diversități de modalități inteligente, viclene și indirecte de a evita pericolul, a găsi hrană și a face curte partenerilor.

Înainte de a avea conștiință, nu puteam avea acces la aceste strategii logice sau raționale, dar aveam sentimente și instincte, așa cum credem că au și alte animale.

Toate animalele au patru instincte primare: de luptă, de fugă, de hrănire și de găsire a unui partener. Deci, în afară de capacitatea de a acorda atenție pericolelor, hranei și sexului, creierele noastre au fost înzestrate și cu capacitatea de a reacționa inconștient în două feluri la pericol și în câte unul la hrană și sex. Aceste instincte lucrează prin punerea în funcție a unor anumite părți ale creierului nostru care, în cazul în care noi nu intervenim în mod conștient, acționează în vederea satisfacerii nevoii respective. Chiar dacă ne stăpânim și nu acționăm impulsiv, simțim destul de bine tot ce se întâmplă și chiar avem nume pentru afectele distincte asociate cu instinctele de luptă, fugă, hrănire și găsire a unui partener: *furie*, *frică*, *foame* și *dorință*.

Aceste patru afecte sunt atât de adânc înrădăcinate în creierele noastre încât, oricât am fi de civilizați, întâlnim din când în când pe cineva sau ceva care „ne acționează resorturile” – care spune sau face

ceva ce declanșează în noi unul din aceste sentimente primare. Avem „butoane” mari, pe care se poate apăsa, pentru toate cele patru afecte. Ca ființe umane civilizate știm, desigur, că nu avem voie să cedăm impulsurilor și să *acționăm* de fiecare dată când cineva sau ceva apasă pe un buton, dar e foarte, foarte greu să evităm să *acordăm atenție* atunci când acest lucru se întâmplă. Și unde există atenție, acolo sunt și meme.

Ideea de a acorda atenție joacă un rol crucial în înțelegerea memelor. O memă căreia îi acordă atenție mulți oameni va avea mai mult succes decât una pe care o observă doar câțiva. Deci după cele câteva milioane de ani necesari evoluției genetice majore, n-ar trebui să fim surprinși să constatăm că majoritatea animalelor, inclusiv noi, avem tendința genetică de a acorda atenție lucrurilor care au jucat un rol important în aducerea noastră acolo unde suntem azi: pericolul, hrana și sexul.

Așadar, în căutarea noastră după viruși ai minții, primii noștri candidați vor fi situațiile care determină acționarea unuia sau mai multora din aceste patru resorturi – furia, frica, foamea și dorința – și care ne atrag atenția, prețioasa noastră atenție, să ne folosim conștiința pentru care, de altfel, nu am vrea să ne-o irosim.

Conștiința

În evoluția ființelor umane, îmbunătățirea comunicării a avut o uriașă importanță pentru supraviețuire. Dar inovația care ne face oameni este conștiința. Tot ea este inovația care face din noi un mediu atât de prielnic pentru evoluția memelor. Inițial, conștiința trebuie să fi servit aceluiași scop ca și celelalte mecanisme ale creierului: ajutarea ADN-ului să-și realizeze copii prin supraviețuirea și reproducerea noastră. Cum a ajutat conștiința la acest lucru? Nu e greu să facem câteva speculații, iată câteva idei:

- A permis o mai bună comunicare și cooperare între oameni în vederea autoapărării și găsirii hranei.

- A permis realizarea de planuri de viitor.

- Capacitatea de a rezolva probleme a înlesnit găsirea hranei și a partenerilor.

- Capacitatea mai mare de a înțelege lumea a determinat un succes mai mare în toate aspectele vieții.

Este important să înțelegem care sunt prioritățile creierului deoarece gândurile noastre sunt direcționate în mod natural către aceste lucruri.

Gândurile profunde pe care le avem și modelele intelectuale elegante pe care le construim sunt plasate deasupra acestor funcții avansate de supraviețuire și împerechere ale creierului, care la rândul lor se află deasupra funcțiilor primitive de supraviețuire și împerechere – frică, furie, foame și dorință.

Resorturi de rangul doi

S-a oprit evoluția genetică aici, la cele patru instincte primare? Nu, a continuat. Creierele noastre și-au dezvoltat numeroase strategii secundare care ne-au îmbunătățit nu doar capacitatea de supraviețuire și reproducere, ci și capacitatea de a ne satisface cele patru instincte de bază. Iată câteva porniri instinctuale de rangul doi pe care par a le avea unii oameni și de care profită memele:

- **Instinctul apartenenței.** Oamenii sunt sociabili – le place compania. Există câteva motive evoluționiste pentru care există acest instinct, printre care siguranța pe care o oferă un număr mai mare de indivizi sau prezența mai multor potențiali parteneri. Memele care oferă oamenilor sentimentul apartenenței la un grup au un avantaj față de memele care nu-l oferă.

- **Instinctul de a se distinge.** Indivizii care au instinctul de a face ceva nou, inovator sau semnificativ pot găsi mai ușor hrană sau locuri de adăpost și ies în evidență ca potențiali parteneri. Orice memă

care îi face pe oameni să se simtă distinși, deosebiți sau importanți are un avantaj în evoluția memelor.

— **Instinctul de a avea grijă de cineva.** Din moment ce toți oamenii au aproape același ADN, este normal că au dezvoltat instinctul de a le păsa de binele altor oameni.²¹ Memele care profită de natura grijulie a oamenilor au și ele un avantaj în bătaia pentru o parte din mințile noastre.

— **Aprobarea.** Pornirea de a face ceva ce este aprobat de ceilalți sau chiar de tine însuși. Pe măsură ce animalele și oamenii s-au adunat în grupuri, indivizii care și-au îndeplinit rolurile și-au perpetuat mai bine genele proprii și probabil și pe cele pe care le aveau în comun cu alți membri ai comunității decât cei care nu-și făceau datoria. Memele de succes se agață de nevoia oamenilor de a obține aprobarea celorlalți și profită de vinovăția, rușinea și suferința care apar dacă nu o obțin.

— **Supunerea față de autoritate.** Era în interesul genetic al individului – adică în interesul ADN-ului său – să recunoască autoritatea cuiva mai puternic sau mai înțelept. Supunerea față de autoritatea respectivă sporea șansa de supraviețuire și replicare a ADN-ului, în timp ce conflictul cu autoritatea putea duce la uciderea sau abandonarea individului.

Modul în care acționează aceste porniri de rangul doi este similar cu cele în care acționează instinctele primare: ai un sentiment plăcut când faci ce te îndeamnă instinctul și unul neplăcut când nu i te supui. Adesea aceste porniri de rangul doi nu sunt la fel de precise ca furia, frica, foamea și dorința, și nici măcar nu știm dacă toată lumea are aceleași tipuri de sentimente pentru aceleași tipuri de instincte. Totuși, oamenii care au instinctul apartenenței sau pe cel de a se distinge știu despre ce vorbesc. Important este că:

Oamenii au multe instincte secundare legate de diverse sentimente puternice, iar memele care activează aceste sentimente se bucură de un avantaj în ceea ce privește evoluția lor.

Acordăm mai multă atenție memelor care acționează aceste resorturi pentru că așa suntem făcuți. Tendința noastră de a acorda mai multă atenție acestor meme le sporește capacitatea de a se replica și de a deveni parte din cultura noastră. Memele care acționează resorturile noastre primare și secundare au un avantaj evoluționist asupra memelor care nu o fac, chiar dacă acestea din urmă ar putea fi mai precise și ne-ar putea ajuta mai mult să ne menținem calitatea vieții. Țineți minte: selecția naturală nu are legătură cu *calitatea* vieții, ci cu *volumul* replicării.

Așa cum ADN-ul se replică atunci când organismul pe care îl generează supraviețuiește și se reproduce, memele se replică atunci

când comportamentul pe care îl determină atrage atenția. Acționarea resorturilor noastre reprezintă un mod extraordinar de a atrage atenția asupra unei meme, prin urmare memele care ne deranjează, cuceresc, înfurie sau sperie se răspândesc cel mai repede.

Meme mai adaptate

Memele au evoluat – și continuă să evolueze – rapid. Practic ele au început să evolueze în secunda în care noi am devenit capabili să le copiem. Au evoluat de la tipurile de bază pe care erau proiectate să le răspândească creierele noastre spre cele care dintr-un motiv sau altul se răspândeau mai bine – care erau meme mai adaptate. Memele au evoluat prin intermediul „organismelor” culturale în mediul reprezentat de societatea de minți umane, așa cum ADN-ul a evoluat prin intermediul organismelor în mediul reprezentat de planeta Pământ.

Pe lângă memele orientate spre supraviețuire pe care încă le mai avem, există alte câteva tipuri de meme care nu par să ne ajute sau să ne împiedice în mod deosebit să supraviețuim, dar care prin natura lor sunt capabile să se răspândească în mod eficient – acestea sunt memele care sunt adaptate pentru că sunt variații ale ideii *Răspândiți această memă*:

— **Tradiția**, o memă-strategie care ne îndeamnă să continuăm ceea ce s-a făcut sau s-a crezut în trecut se autoperpetuează automat. Nu contează dacă tradiția e bună sau rea, importantă sau irelevantă. Să zicem că avem două cluburi pentru adulți: Clubul Cangurul și Clubul Melcul. Statutul Clubului Melcul pune accentul pe tradiție – organizând întâlniri sâmbătă dimineața, folosind un mic ritual de golire a solnițelor înainte de prânz etc.; Statutul Clubului Cangurul pune accentul pe noutate și varietate. După douăzeci de ani, probabil că *tradiția* Melcilor încă va exista, ducând cu ea memele *Ne întâlnim sâmbătă dimineața* și *Coliți-vă solnița*. Memele inițiale ale Cangurilor vor fi murit în numele varietății.

— **Evangelismul**. Orice memă care implică în mod explicit răspândirea lui printre alți oameni are un avantaj în plus față de alte meme. Evangelismul este adesea combinat cu mema *misune*, pe care îl face și mai puternic. Nu prea are importanță dacă lucrul evangelizat este adevărat sau fals, bun sau rău; evangelismul lucrează atât de bine încât a devenit unul din memele predominante pe pământ. Evangelismul ne spune să „*răspândim această memă cât de mult putem!*”

Apoi există meme care se înrădăcinează adânc în mințile oamenilor și rezistă foarte bine la atacuri:

— **Credința**. Orice memă care vă impune să credeți orbește în el

nu poate fi scos din sistemul dumneavoastră de convingeri de niciun atac sau argument. Împreună cu evangheliismul, credința formează un înveliș puternic pentru virușii minții, care poate fi umplut cu aproape orice.

— **Scepticismul.** Punerea la îndoială a noilor idei este un mecanism de apărare împotriva noilor meme. Opusul credinței, scepticismul are de fapt un efect similar asupra minții programate cu el. Scepticii sunt la fel de refractari la noi idei ca și credincioșii. Un credincios și un sceptic pot discuta în contradictoriu la nesfârșit, fără a-și schimba punctul de vedere.

Alte meme sunt adaptate datorită naturii comunicării. Imaginați-vă un grup de oameni care joacă „telefonul fără fir”. Primul jucător șoptește o propoziție la urechea următorului. Acesta șoptește ce a auzit la urechea următorului jucător, care continuă, până când mesajul, din care de obicei nu se mai înțelege nimic, ajunge la cel care l-a enunțat prima oară și care izbucnește în râs când aude ce s-a ales de el. Aceasta este evoluția memelor într-un microcosmos! Ce fel de meme supraviețuiesc acestui chin?

— **Familiaritatea.** Într-un joc precum cel menționat mai sus, cuvintele și expresiile neobișnuite se metamorfozează rapid în cuvinte și expresii uzuale. Ceea ce este familiar se răspândește mai repede decât ce este străin pentru că oamenii au deja meme-distincție pentru lucrurile familiare și de aceea le observă mai ușor.

— **Inteligibilitatea.** Memele care au sens se răspândesc mai repede decât cele care nu au. Oamenii acceptă mai ușor explicații greșite care au mai multă noimă decât explicații corecte care sunt mai greu de înțeles. Vedeți acest lucru întâmplându-se tot timpul când citatele celebre sunt distorsionate prin evoluție: farmecul muzicii îmblânzește fiara sălbatică sau inima sălbatică? Dramaturgul William Congreve²² a spus că pe cea de-a doua.

Exemplu meu preferat de evoluție a memelor prin jocul universal al „telefonului fără fir” este citatul din eseul lui Ralph Waldo Emerson,²³ *Self-Reliance* (încrederea în propriile puteri): „Consecvența prostească este sperietoarea minților mărunte”. Acest citat este deformat atât de des încât am chiar și o carte despre citate corecte și incorecte care îl citează greșit în încercarea de a oferi varianta corectă.²⁴

Citatul din Emerson arată pericolul căderii în *Capcana Adevărului*. Sperietoarea minților mărunte – ceea ce-i împiedică pe oameni să profite de ce li se oferă în viață – este să permiteți programării memetice întâmplătoare pe care ați primit-o de când v-ați născut să vă dirijeze viața în funcție de ea însăși. Înțelegerea memeticii vă dă șansa să examinați programele după care funcționați și, dacă doriți, să vă reprogramați în mod conștient în așa fel încât să vă dirijați singuri

viața așa cum vreți.

Sigur, în acest caz va trebui să examinați și programele responsabile de evaluarea pe care o faceți modului în care sunteți programat, și programele responsabile de ce credeți că doriți, apoi și programele responsabile de motivele pentru care vă reprogramați, și...! Curând vă veți trezi adânciți în domeniul filosofiei. Știința memeticii nu oferă și o judecată de valoare asupra felului în care ar *trebui* să vă trăiți viața; doar vă oferă capacitatea de a o trăi așa cum doriți. De a face o alegere conștientă.

Deși inventată cu câteva decenii în urmă, teoria memeticii – metamemele *memeticii* – s-a cu) răspândit cu dificultate. Scriu *Virusul minții* cu scopul de a împacheta cât mai multe meme adaptate în metamemul *memetică*, astfel încât acesta să se răspândească cât mai repede și mai mult posibil. Nu are sens acest lucru?

Creier vechi, lume nouă

Memetica nu e singura idee științifică ce nu e cunoscută la scară largă. Multe astfel de idei sunt dificil de înțeles. De fapt, știința, care include și memetică, este doar un aspect al culturii moderne pe care creierul nostru nu sunt făcute să-l înțeleagă. Dar de ce ne-am aștepta ca creierul nostru să poată să se ocupe cu ușurință de cultura modernă? Ne așteptăm ca un computer să-și „înțeleagă” propriul program? Nu! El trebuie doar să *ruleze* programul, nu să-l înțeleagă. Iar creierul nostru nu au evoluat astfel încât să-și înțeleagă propria activitate, ci în așa fel încât să îndeplinească anumite sarcini foarte precise. E foarte greu ca oamenii să-și folosească creierul, care nu au fost făcute în acest scop, pentru a înțelege știința!

„Firele” din creierul nostru au evoluat de-a lungul a milioane de ani. În acest timp, mediul înconjurător s-a schimbat foarte puțin, așa cum se vede din săpăturile arheologice. Doar foarte, foarte recent pe scara temporală a evoluției genetice a început să se schimbe mediul nostru atât de repede încât să ne modifice semnificativ rutina zilnică pe parcursul unei singure vieți. Pentru a înțelege memeul, trebuie să înțelegem că creierul nostru, care au evoluat pentru a ne asigura supraviețuirea într-o lume relativ neschimbătoare, rămân esențialmente aceleași, deși lumea noastră s-a transformat de multe ori din momentul în care ne-am dezvoltat o conștiință.

Evoluția memelor alege ideile, convingerile, atitudinile și miturile cărora le dăm cea mai mare atenție și pe care le difuzăm cel mai mult. Și fără o intervenție conștientă, lucrurile cărora le dăm cea mai mare atenție și pe care le difuzăm cel mai mult sunt determinate de acea țesătură complexă de sentimente și instincte, dorințe și temeri care au evoluat spre a ne sprijini supraviețuirea și împerecherea.

Cuvântul *a da* în „a da atenție” este foarte nimerit. Întrucât suntem ființe conștiente, atenția este bunul nostru cel mai de preț. Atenția este o parte din conștiința noastră, o felie din viața noastră. Când ne îndreptăm atenția spre ceva, cheltuim o parte din viața noastră conștientă. Câți dintre noi își îndreaptă în mod conștient atenția spre ceva ce e de o importanță majoră pentru noi? Eu unul detest faptul că atenția îmi este atrasă de oameni și evenimente care îmi declanșează resorturile de supraviețuire și reproducere, rămășițe ale trecutului meu animalic. Aceste resorturi mă fac să-mi risipesc în mod inconștient părți mari din viață.

Ideea este că pericolul, hrana și sexul sunt prioritățile *genelor* dumneavoastră și nu neapărat prioritățile dumneavoastră personale. Când simțiți că atenția vă este distrasă de la ceea ce este mai important pentru dumneavoastră de o criză aparentă, de cea mai mare pizza de la Domino's sau de o persoană atrăgătoare care trece pe lângă dumneavoastră, genele conspiră pentru a vă lipsi de cel mai valoros bun al dumneavoastră: conștiința.

Ideile sunt contagioase. Le luăm din comportamentul altor oameni, din micile aspecte de cultură din jurul nostru. Acesta e un lucru minunat dacă ideile de care ne molipsim sunt bune – dacă ne ajută să facem ce avem de gând în viață. Problema e că, așa cum ați văzut, ideile se răspândesc în funcție de cât de bune sunt memele lor și nu în funcție de cât ne sunt ele de utile sau de cât sunt de adevărate.

Oricât ar fi de frumos să ne imaginăm că evoluăm spre o lume mai bună, mai civilizată, mai plină de compasiune, de fapt evoluăm spre o lume plină de meme și de viruși ai minții care se replică mai bine.

Vă întrebați vreodată de ce uneori viața este așa o luptă? Unii oameni au iluzia că viața ideală înseamnă doar să te relaxezi și să faci ce urmează în mod firesc. Ei bine, nu-mi place să fiu eu cel care dă veștile rele, dar *ce urmează în mod firesc* este atât de departe de viața noastră modernă încât e irelevant. Din cauza evoluției rapide a culturii, tehnologiei și societății nici măcar nu mai putem spune că *ce urmează în mod firesc* ne conduce spre replicarea cât mai multor copii ale genelor noastre. Astăzi, *ce urmează în mod firesc* reprezintă o groaznică nepotrivire între vechea structură a creierelor noastre adaptată la timpurile preistorice și provocările și oportunitățile complet diferite ale lumii moderne.

Creierele noastre sunt încă structurate în așa fel încât să dea atenție și să genereze sentimente pentru situații care erau importante pentru noi în timpurile preistorice – importante *numai* în sensul că ne ajutau genele să-și realizeze cât mai multe copii posibil. Ideile care se răspândesc cel mai repede și astfel pătrund în societate sunt cele care intră cel mai ușor în creierele noastre rămase la stadiul din epoca de

piatră. Toată știința este un efort concentrat de a împiedica selectarea naturală de către creierile noastre a ideilor din epoca de piatră și de a selecta în loc idei care sunt modele utile și corecte ale realității. Dar din acest punct de vedere, știința este mult înaintea restului culturii.

Până la urmă

Acum așteptați un moment. Memele sunt o adaptare evoluționistă a ființelor umane. Nu înseamnă asta că, oricât de haotice le-ar fi metodele, putem fi siguri că memele acționează în interesul nostru? Nu ni se garantează că în final vor contribui la adaptarea noastră din ce în ce mai bună la mediu? Până la urmă, orice s-ar întâmpla cu afacerea aceasta a memelor, noi vom cădea în picioare, pentru că, ei bine, speciile se adaptează automat la toate condițiile de mediu. Nu-i așa?

Ar fi frumos, dar nu se va întâmpla așa decât dacă evoluția dirijează lucrurile astfel încât să elimine memele cu totul, și pe noi odată cu ele. Memele au propria lor evoluție. Ele *nu* evoluează în așa fel încât să ajute la replicarea genelor noastre. Dacă nu mă credeți, gândiți-vă că toate culturile pe care le considerăm mai avansate au cea mai mică creștere demografică, dar cel mai eficient imperialism cultural. Răspândesc meme, nu gene.

OK, deci evoluția memelor nu va contribui automat la îmbunătățirea vieții noastre sexuale sau la creșterea numărului membrilor familiilor noastre. Dar cel puțin ne va ajuta să supraviețuim, nu? Până la urmă. Nu așa ar fi normal? La urma urmei, memele *trăiesc* mințile noastre, nu?

Nu. În timp ce noi vorbim, informațiile găsesc din ce în ce mai multe moduri de a se replica și supraviețui. Idei care odinioară ar fi fost uitate cu totul sunt acum disponibile prin intermediul sistemelor de căutare a informației. Acum computerele își replică singure toate informațiile stocate în ele. Scrisoarea în lanț prin e-mailuri este un prim exemplu de virus găzduit și de computere, și de minți.²⁵

Pe măsură ce computerele devin mai performante, devin din ce în ce mai comuni replicatorii ce se bazează pe ele – replicatori mutanți, care nu doar se răspândesc, ci și evoluează. Și pe măsură ce replicatorii ce se bazează pe computere încep să înlocuiască memele bazate pe minți ca depozite și transmițători principali de informații, acești noi replicatori pot avea o influență mai mare asupra lumii decât memele, așa cum și memele au avut o influență mai mare asupra mediului global decât ADN-ul. Poate vor evolua replicatori cu bază nonumană până acolo încât noi ne vom pierde în peisaj, ajungând doar asteriscuri în cartea universului! Și dacă s-ar întâmpla să stăm în calea acestor noi replicatori asistați de computer, așa cum atâtea

specii de replicatori pe bază de ADN ne-au stat nouă în cale și au dispărut sau sunt pe cale de dispariție, atunci...?!

Și dacă chiar supraviețuim, ce se întâmplă cu calitatea vieții noastre? Se îmbunătățește sau dimpotrivă? Unii ar putea crede că dacă lăsăm evoluția culturală să acționeze în legea ei, toate ideile politice, religioase, comerciale și științifice care se află acum în competiție una cu alta se vor contopi în final într-un fel de sistem de liberă inițiativă a minții și vor evolua spre un stat utopic, o întoarcere în Rai sau o atingere a Nirvanei. Aceasta era ideea din spatele darwinismului social, o filosofie politică populară pe vremea baronilor-tâlhari.

Pe de altă parte, ne-am putea gândi la faptul că evoluția memelor se petrece cu viteza luminii în comparație cu evoluția genetică a ființelor umane și am putea ajunge la concluzia că, necontrolată, evoluția memelor ne-ar putea face să dedicăm replicării memelor din ce în ce mai mult din resursele noastre mentale. Ne-am putea îngrijora în legătură cu faptul că vor evolua viruși ai minții din ce în ce mai eficienți, care ne vor transforma în gazde încrezătoare și nefericite, care-și dedică lor întreaga viață. Presupunând că astfel de viruși ai minții ne permit, chiar și fără să vrea, să trăim și să comunicăm, tot nu au nicio nevoie să ne ajute să ne bucurăm de viață sau să ne scutească de suferințe. Marea masă a oamenilor ar trăi în disperare.

Spre ce ne duce evoluția memelor? Spre Nirvana? Spre iadul pe pământ? Spre nimic anume? Putem face ceva să o direcționăm într-un anume sens? Dacă putem, trebuie să facem ceva?

Subiect: CÂȘTIG RAPID

De la: Anonim

Urmați CU EXACTITATE aceste instrucțiuni și în 20 până la 60 de zile veți primi peste 50 .000 de dolari CASH.

[1] Trimiteți imediat câte 1 dolar primelor 5 persoane din lista de mai jos, începând cu numărul 1 și terminând cu numărul 5. TRIMITEȚI DOAR NUMERAR. (Investiție totală: 5 \$) La fiecare mesaj, includeți o notă: „Vă rog să-mi adăugați numele la lista dumneavoastră de e-mail”. Treceți-vă numele și adresa de e-mail. (Acesta este un serviciu legal pe care îl solicitați și pentru care plătiți 1 \$.)

[2] Ștergeți numele care apare la numărul 1 pe listă. Mutați celelalte nume cu o poziție mai sus (Numărul 2 devine numărul 1, numărul 3 devine numărul 2 etc.). Treceți-vă propriul nume, adresa și codul poștal la poziția a 10-a.

[3] Cu numele dumneavoastră în poziția 10, încărcați ÎNTREGUL fișier și trimiteți-l către 15 (cincisprezece) aviziere diferite. Puteți să-l postați în baza de mesaje a BBS sau în secțiunea fișiere. Numiți-l FASTEASH. TXT și utilizați comentariile pentru descrierea fișierului pentru a atrage atenția asupra lui și asupra potențialului imens pe

care îl are.

[4] În 60 de zile veți primi peste 50 .000 \$ CASH.

Păstrați-vă o copie a acestui fișier pe care o puteți folosi de câte ori aveți nevoie de bani. De îndată ce trimiteți aceste mesaje, sunteți introdus automat în lista de comenzi prin e-mail. Oamenii vă vor trimite câte 1 \$ pentru a fi introduși în lista dumneavoastră de mail. Lista poate fi apoi închiriată unui broker pe care îl puteți găsi în Pagini aurii și care vă poate ajuta să obțineți un venit suplimentar regulat. Valoarea listei crește pe măsură ce ea cuprinde tot mai multe nume.

NOTĂ: Asigurați-vă că păstrați TOATE numele și adresele trimise, ori pe computer, ori pe foi, și nu ștergeți numele și mesajele care vi se trimit. Acestea sunt DOVEZI că dumneavoastră chiar oferiți un serviciu și le puteți prezenta fiscalului sau oricărei alte agenții guvernamentale interesate de activitatea dumneavoastră.

Țineți minte, pe măsură ce fiecare postare este descărcată și instrucțiunile sunt urmărite, cinci membri vor fi rambursați pentru participarea lor la dezvoltarea listei cu 1 \$ fiecare. Numele dumneavoastră va urca pe listă și atunci când va ajunge în poziția 5 veți primi mii de dolari cash. ȚINEȚI MINTE – ACEST PROGRAM EȘUEAZĂ DOAR DACĂ NU SUNTEȚI CINSTIȚI – VĂ ROG! VĂ ROG JUCAȚI CINSTIT! PROGRAMUL CHIAR FUNCȚIONEAZĂ! MULȚUMESC.

[lista de nume ștersă]

Scrisoarea ce urmează a fost scrisă de unul din participanții la program.

* * * * *

Către cei care au BUNUL SIMȚ să participe la această ocazie de a câștiga ușor bani: Cu vreo șase luni în urmă am primit mesajul de mai sus. L-am ignorat. L-am mai primit de cinci ori în următoarele două săptămâni. L-am ignorat din nou. Desigur, am fost tentat să urmez instrucțiunile și am visat să câștig mii de dolari, dar eram convins că e doar o șmecherie și că nu va merge. M-am înșelat! După trei săptămâni am văzut această scrisoare postată la un avizier local din Montreal. Mi-a plăcut ideea de a încerca la calculator. N-am avut așteptări prea mari pentru că m-am gândit că dacă și alții sunt la fel de sceptici ca mine nu vor da ușor 5 \$. Dar EU CUMPĂR BILETE DE LOTERIE SĂPTĂMÂNAL ȘI NU CÂȘTIG NIMIC! Săptămâna aceasta m-am gândit să privesc totul ca pe un joc la loterie. Am scris adresele pe plicuri și am pus 1 dolar în fiecare, conform indicațiilor. Au trecut două săptămâni și nu am primit nimic. În a patra săptămână nu mi-a venit să cred ce s-a întâmplat! Nu pot să spun că am primit chiar 50 .000 \$, dar am primit clar mai mult de 35 .000! Pentru prima dată în 10 ani am scăpat de datorii. A fost minunat.

Desigur, nu a durat mult până am cheltuit toți banii, așa că folosesc din nou această modalitate de a câștiga. **URMAȚI INSTRUCȚIUNILE ȘI PREGĂTIȚI-VĂ SĂ VĂ BUCURAȚI DE CÂȘTIG!**

Vă rog trimiteți o copie a acestei scrisori împreună cu cealaltă pentru ca împreună să-i convingem pe sceptici că programul are succes!

O scrisoare în lanț de pe Internet este un exemplu de replicator găzduit și de calculatoare, și de minți.

Una din cheile către răspunsurile la aceste întrebări stă în noul și controversatul domeniu al *psihologiei evoluționiste* studiul modalităților și motivelor pentru care mințile noastre au evoluat spre ceea ce sunt azi. Noi deja am început să explorăm psihologia evoluționistă când am vorbit despre cele patru instincte primare și despre natura comunicării. Acum haideți să discutăm în amănunt subiectul care reprezintă esența psihologiei evoluționiste și care a fost, este și va fi întotdeauna unul din subiectele noastre preferate: sexul.

Capitolul șase

Sexul: baza întregii evoluții

„Știința se aseamănă mult cu sexul. Uneori dă rezultate folositoare, dar nu asta e motivul pentru care o practicăm”.

Richard Feynman

Cea mai fascinantă descoperire a noului domeniu al psihologiei evoluționiste este rolul central pe care l-a jucat și îl joacă sexul în formarea comportamentului și culturii noastre moderne. Țesând o cărare întortocheată ce îi leagă pe Freud, șovinismul masculin, puritanismul și umblatul după femei, psihologia evoluționistă explică mai bine decât orice altă știință înaintea ei complexitatea și contradicțiile inerente comportamentului uman.

Când citiți aceste lucruri, țineți minte: psihologia evoluționistă se ocupă de tendințe – predispoziții și artefacte istorice ale evoluției. Poate că este adevărat că bărbații sunt de pe Marte și femeile de pe Venus, dar asta nu înseamnă că trebuie să trăim acolo. Oamenii sunt perfect capabili să evolueze în orice direcție pe care o aleg. Ceea ce sunteți pe cale să citiți nu este nicio prestabilire fatalistă a viitorului oamenilor, nicio scuză pentru un comportament de animal. Doar că e interesant să știm cum am ajuns unde suntem astăzi. Și am ajuns aici, fiecare dintre noi, ca rezultat al unor împerecheri reușite.

Aceasta este premisa evidentă, germenele din care se dezvoltă această nouă și minunată teorie:

Sunteți rezultatul unui șir neîntrerupt de mii de generații de bărbați și femei care au reușit *toți* să-și găsească o

pereche.

Când privim lucrurile în felul acesta, mai putem să ne mirăm că pornirile noastre sexuale sunt atât de puternice? Că oamenii sunt gata să mintă, să înșele și să fure pentru sex? Că senatorii Statelor Unite preferă să-și riște și să-și distrugă carierele decât să rateze vreo ocazie de a face sex cu vreo asistentă adolescentă? Că femeile preferă să tolereze relații în care sunt abuzate decât să-l piardă pe potențialul protector al copiilor lor? Oricât de greșite ar fi aceste decizii, dacă ne gândim la ele strict rațional, le luăm oricum din cauza tendințelor noastre genetice extraordinar de puternice legate de sex.

Iar și iar, de la începutul reproducerii sexuale, genele care s-au transmis mai departe sunt cele care au dat oamenilor – și animalelor înaintea lor – un avantaj la împerechere față de semenii lor. În mod similar, selecția naturală a fost neiertătoare cu indivizii care, prin alegerea lor sau a destinului, nu au reușit să se împerecheze cu un partener potrivit. ADN-ul lor a dispărut odată cu ei.

Bătălia pentru sex

Bătălia pentru sex a fost primul câmp de luptă în războiul dus de ADN pentru a se autocopia. Pentru orice creaturi care se reproduc sexual, inclusiv pentru noi, selecția naturală a lucrat cu o viteză incredibilă la înlăturarea oricărui ADN care își împiedica gazda să aibă copii și la consolidarea ADN-ului care sporea probabilitatea gazdei sale de a se reproduce.

Există numeroase moduri în care ADN-ul poate influența succesul gazdei sale în a se împerechea, dar cel mai direct este prin îmbunătățirea trăsăturilor care atrag sexul opus: accentuarea celor pozitive și eliminarea celor negative. Întrucât cei mai atrăgători indivizi se vor reproduce mai mult decât ceilalți, ne-am așteptat ca atractivitatea să fie selectată – nu doar înfățișarea plăcută, ci toate calitățile care atrag reprezentanții sexului opus.

Ca rezultat al evoluției genetice, indivizii devin din ce în ce mai atractivi din punct de vedere sexual.

Ei bine, nu-i frumos așa? Nu vă dă acest lucru un sentiment plăcut, de mulțumire? Era și momentul să iasă ceva bun din treaba asta cu evoluția. Puteți să vă așezați confortabil și doar să priviți, așteptând să apară din ce în ce mai mulți parteneri potențiali! Of. Dacă vreți, lăsați puțin cartea deoparte și visați. Viața e frumoasă.

Din nefericire totuși, ceea ce e valabil pentru rasa umană per total nu e valabil și pentru fiecare bărbat sau femeie în parte. Deși speciile s-ar putea să evolueze de minune, noi primim doar ADN-ul care ne este hărăzit și ne descurcăm cu el. Și chiar ne descurcăm! Industriile care au apărut pentru a ne face mai atrăgători pentru sexul opus sunt

numeroase: moda, cosmetica, programele de regim și cluburile de fitness sunt doar câteva din instituțiile culturale care au apărut pentru a hrăni instinctul oamenilor de a deveni mai atrăgători. Dacă nu cumva vom înlocui sistemul nostru curent de reproducere cu eprubetele și donarea, vom rămâne unde suntem: reproducerea sexuală apare acolo unde supraviețuirea celor mai adaptate gene ajunge la esență.

Deci, ne place sau nu, multe din tendințele genetice cu care ne-am născut se învârt în jurul sexului și împerecherii. Haideti acum să facem un pas înapoi și să vedem cum ne-a adus evoluția genetică acolo unde suntem azi. Acestea sunt toate speculații, căci nu avem prea multe date istorice cu privire la modul în care se comportau oamenii în timpurile preistorice, dar totul reiese din înțelegerea conceptului de genă egoistă.

Sex: perioada de început

Imaginați-vă perioada de început a reproducerii sexuale la animale. Masculii și femelele se împerechează unii cu alții mai mult la întâmplare, cu partenerii care se află la îndemână. De fapt, masculii încearcă să se împerecheze cu alți masculi și femelele cu alte femele, pentru că încă nu au înțeles cum să facă diferența. (Am spus că e perioada de început.) De fapt, se împerechează cu pietre, copaci, ciuperci, alte specii – cu ce găsesc. Sunt cam ca sporii plantelor și ca polenul care sunt împrăștiate de vânt și din care majoritatea se pierd, dar din care o cantitate mică ajung chiar în locul potrivit de pe planta femelă pentru ca să aibă loc fertilizarea. Nu e o modalitate foarte eficientă, dar merge.

De-a lungul timpului, genele animalelor care își aleg partenerii cu mai multă grijă – ignorând pietrele, copacii și alte specii – reușesc mai bine să se relice. Deci animalele devin din ce în ce mai selective. Cum realizează acest lucru? Amintiți-vă, acesta nu este un proces conștient și niciunul care se îmbunătățește continuu. Este un proces care se realizează la întâmplare. Să presupunem că o specie a dezvoltat un simț al mirosului ascuțit ca mijloc de apărare contra prădătorilor. Indivizii care utilizează respectivul simț al mirosului pentru a face diferența între membrii speciei lor și pietre au un avantaj. În curând, specia va evolua spre folosirea simțului mirosului pentru a discerne partenerii, deși membrii ei încă nu fac diferența între masculi și femele.

Acum să presupunem că femelele au un hormon pe care masculii nu-l au și că hormonul respectiv produce fără vreun motiv anume un miros distinct pe care îl pot percepe masculii. Masculii care folosesc informația respectivă când își aleg partenerile au mai mult succes

decât cei care o ignoră și curând animalele devin și mai selective.

Acest proces ce se desfășoară treptat continuă în mod constant. Masculii cu mai mult discernământ au mai mult succes la reproducere și umplu bazinul genetic cu mai multe copii ale ADN-ului lor decât ceilalți.

OK, acum să privim lucrurile și din punctul de vedere al femelelor. Acum că bazinul de gene este plin de cunoscători ai mirosurilor femelelor, orice femelă care emană *mai mult* miros atrage masculii mai mult decât celelalte. În acest punct, masculii vor începe să evolueze în direcția discernerii altor diferențe între ei și femele: culoare, mărime, formă – *vive la difference!* Masculii care au mai mult spirit de observație vor avea mai mult succes, la fel ca femelele la care aceste trăsături vor fi mai accentuate. Ceea ce ne duce înapoi în punctul de unde am pornit discuția, la indivizii care evoluează spre a deveni din ce în ce mai atractivi din punct de vedere sexual.

Acest lucru e valabil și în sens invers: femelele stabilesc standarde din ce în ce mai ridicate pentru partenerii lor, atât timp cât sunt fizic capabile să reziste avansurilor. Este un lucru obișnuit la păsări ca masculii cu pene viu colorate să curteze femele cu penaj șters; în aceste cazuri, femelele sunt cele care aleg, iar masculii au caracteristici specifice sexului lor din ce în ce mai pronunțate.

Este important de ținut minte că această evoluție a caracteristicilor specifice unui sex sau celuilalt nu se petrece după un plan, ci prin interacțiunea între forța haotică a variației întâmplătoare și forța organizatoare a evoluției. Ca un ceas care se întoarce singur, evoluția se folosește de mișcările și schimbările dezorganizate din mediu pentru a face progrese ușoare, dar sigure, roata dințată blocând mișcarea troluiului pe direcția înainte, de-a lungul eonilor.

Una din modalitățile prin care evoluția a mers înainte a fost aceea prin specializarea rolurilor masculilor și femelelor, distincție cunoscută sub numele de *diferențiere sexuală*. Psihologia evoluționistă arată că există într-adevăr diferențe semnificative între instinctele și tendințele bărbaților și cele ale femeilor – în general. Când aceste diferențe devin stereotipe și sunt folosite ca arme împotriva indivizilor, folosim un termen mai puțin plăcut: *sexism*.

Originea sexismului

Diferențele psihologice dintre bărbați și femei au început atunci când mamiferele au început să-și pună toate ouăle într-un singur coș, ca să spunem așa: în interiorul femelei. De fapt, diferențierea sexuală a început și mai dinainte, practic de când a apărut sexul, de când femelele au început să producă ovule mari, relativ prețioase, iar masculii au început să producă spermă mică, ieftină. Diferențele

dintre comportamentul masculilor și al femelelor provin din faptul că ADN-ul femelelor este foarte angajat și investește foarte mult în fiecare ovul fertilizat, în timp ce ADN-ul masculilor nu are nimic de pierdut, ci doar de câștigat din faptul că oferă gazdei sale tendința de a fertiliza toate femelele pe care le vede și de a se plimba apoi în căutarea celor pe care nu le-a văzut.

Dacă vi se pare că asta seamănă cu o caricatură superficială, amintiți-vă că noi am moștenit mare parte din instinctele și tendințele noastre de la animale și de la oamenii preistorici înainte de a apărea concepțiile de căsătorie și monogamie. ADN-ul masculilor care se împerecheau cu o singură femelă avea un mare dezavantaj: ceilalți masculi care se împerecheau cu mai multe femele și își răspândeau ADN-ul cât de mult posibil aveau mult mai mulți urmași. Fără a lua în considerare alți factori, masculii au evoluat astfel încât să se reproducă cât mai mult posibil. Țineți minte: e doar o problemă de ADN.

Femelele, pe de altă parte, având mulți pretendenți nerăbdători și doar câteva șanse în viață de a-și transmite ADN-ul, au evoluat astfel încât să fie mai selective. Cum alegeau? Existau câteva criterii importante. În primul rând, doreau un mascul cu ADN „bun”, orice ar fi însemnat asta. Putea să însemne un trup puternic, sănătos, care s-ar transmite urmașilor și le-ar da mai multe șanse să supraviețuiască. Putea să însemne că aveau anumite structuri de ADN în comun cu ele, așa cum rezulta din trăsăturile fizice sau de comportament asemănătoare, ceea ce dubla șansele ca urmașii să aibă același ADN.

În al doilea rând, doreau un partener care să-și dedice timpul și resursele copiilor când aceștia erau imaturi și vulnerabili, sporindu-le astfel șansele de supraviețuire. Nu era esențial, desigur, ca tatăl genetic să stea lângă copii și să-i crească; de fapt, situația ideală pentru o femelă preistorică ar fi putut fi aceea în care un mascul puternic cu gene bune să fie tatăl biologic, iar un altul, „de casă”, să crească copiii, dacă îi putea cumva păcăli să facă aceste lucruri.

Acum era rândul masculilor să riposteze. Date fiind prioritățile femelelor, masculii au evoluat în una din două direcții: ori au devenit mai puternici și mai arătoși, ori au devenit mai convingători ca potențiali soți și tați. Chiar dacă ambele categorii beneficiau de sex cât se putea, cei mai puternici erau mai avantajați, chiar supunând cu forța femelele ostile, întrucât urmașii lor aveau mai multe șanse de supraviețuire chiar și fără ei prin preajmă. Cei „de casă” totuși, au evoluat în direcția găsirii de femele care să nu-i înșele. Ei ar putea chiar prefera femele mai puțin atrăgătoare sau cel puțin femele care par mai puțin atrăgătoare în ochii celorlalți, pentru a-și spori șansele de a fi tați biologici. Și ei voiau cât mai mult sex posibil, dar trebuiau să fie puțin mai discreți – masculii mari, puternici nu renunțau fără

luptă, iar femelele nu erau doritoare să aibă un partener care era al alteia.

Time-out!

E momentul să ne aducem aminte două lucruri:

1. Vorbesc despre tendințele generale în evoluție și nu despre anumiți indivizi. Unii indivizi pot avea *strategii de nișă*, despre care voi discuta mai târziu tot în acest capitol. Nu toată lumea este așa! Oamenii au comportamente diferite și sunt atrași de diferite tipuri de parteneri în diferite împrejurări. Și homosexualii? (Oamenii de știință nu sunt de acord în privința modului în care evoluția a putut produce homosexuali, dar voi risca o părere mai târziu în acest capitol.)

2. Toate aceste lucruri se întâmplă *inconștient*. Fără îndoială veți citi acest capitol și la fiecare pagină vă veți spune: „E ridicol! Eu nu gândesc așa! Ea nu gândește așa! El nu gândește așa!”

Lucrurile acestea nu au nicio legătură cu gândirea. Tot acest proces ingenios de selectare a partenerilor se petrece inconștient. Rezultatul acestui calcul inconștient este că dumneavoastră aveți sentimente de atracție față de cineva.

Desigur, dacă faptul că aveți anumite gânduri vă sporește șansele de împerechere, evoluția v-a făcut să aveți acele gânduri. Nu există nimic mai complicat în univers decât acest proces de selecție sexuală, care a evoluat de-a lungul a milioane de generații pentru a încorpora toate aspectele care se iveau pe parcurs.

Înapoi la evoluția sexului

Eonii trec și rolul crucial jucat de sex în cadrul evoluției face ca lucrurile să devină din ce în ce mai complicate. Cele două roluri – bărbat puternic și bărbat de casă – s-au împărțit în numeroase subroluri, cu ierarhii de dominanță masculină, dispute teritoriale pentru femele și tot felul de înșelătorii și subterfugii care au devenit din ce în ce mai răspândite pentru simplul motiv că funcționau. Diferitele tipuri de comportament au evoluat în jurul sexului, până în trecutul foarte recent când au apărut în peisaj meme, pentru că prin intermediul lor se transmitea ADN-ul. În realitatea dură a evoluției genetice, nu exista nicio preocupare pentru dragoste, sensibilitate sau onestitate; singurul lucru important era numărul de urmași – urmași care la rândul lor creșteau și se reproduceau.

Acum vine altă bombă. O paradigmă comună pe care o au oamenii despre viață face din sex o parte mărunță și rușinoasă dintr-o măreață cultură bazată pe valori, principii morale, tradiții și drepturi date de Dumnezeu.

Văzute prin prisma memeticii, toate valorile, principiile morale, tradițiile și idealurile cu privire la Dumnezeu și la drepturile noastre sunt rezultatul evoluției memelor. Iar evoluția memelor este dirijată de tendințele noastre genetice, care la rândul lor au evoluat în jurul sexului.

Sistemul ierarhic dominat de bărbați, numit uneori *patriarhat*, este un exemplu perfect. Unele scriitoare feministe le-au avertizat pe femei să nu investească în acest sistem și pe bună dreptate: lucrurile au evoluat astfel încât ADN-ul bărbaților să fie transmis cât mai eficient. Așa se construiește o economie?

De ce sunt bărbații atât de obsedați de relațiile de dominanță, de cine este sub și deasupra lor pe scara puterii? Cea mai bună teorie este că așa se stabilea care bărbați au drepturi sexuale asupra căror femei fără eternele lupte duse în acest scop, care nu erau de niciun folos nimănui. Datorită acestui lucru, bărbații par să aibă un al șaselea simț care le spune că poziția lor este relativă față de alți bărbați, în orice situație. Conștiința de statut tipică femeii se bazează în schimb mai mult pe atractivitate sau pe popularitate decât pe dominanță.

Majoritatea structurilor, guvernul, armata și chiar Biserica Catolică sunt structuri ierarhice clare – se știe foarte precis cine raportează cui și cine dă și respectă ordinele. La prima vedere, femeile nu au acces în aceste ierarhii organizaționale, dar sentimentele și comportamentul bărbaților implicați sunt aceleași. O ierarhie explicită duce la evitarea multor conflicte pentru poziții; totuși, poate fi foarte frustrant pentru bărbați să nu vadă niciun mijloc prin care să-și îmbunătățească poziția, deși creierul lor a evoluat în așa fel încât să facă tot ce pot pentru a ajunge cât mai sus în ierarhie – pentru a avea acces la femei mai multe și mai grozave.

Dar așteptați puțin – nu vor unii bărbați (și femei) puterea de dragul puterii? Nu le place senzația de control pe care o au 5 supra destinului, libertatea de a-și trăi viața și – ei bine – pur și simplu *goana după putere*? Da, toate acestea sunt adevărate. Dar *motivul* pentru care puterea este atât de dorită este că noi am evoluat în așa fel încât să avem în creiere circuite care ne fac să tânjim după ea.

În cursul evoluției, bărbații care doreau și se bucurau de putere, de o poziție de vârf în ierarhia de dominanță, luptau mai mult pentru ea și de aceea *ajungeau să aibă mai multe partenere!*

Nu numai că ajungeau să aibă mai multe partenere, dar aveau mai multe resurse și pentru copii, sporindu-le și *acestora* șansele de a se reproduce. Forța cea mai neiertătoare din evoluția genetică – reproducerea sexuală – i-a eliminat pe bărbații cărora nu le plăcea puterea. Ei nu s-au reprodus destul, copiii lor n-au avut șanse prea bune să se reproducă și genele lor au dispărut treptat pe măsură ce

genele responsabile de dorința de putere s-au răspândit din ce în ce mai mult. Bărbații nu gândesc în mod conștient: „Aș face bine să caut și să arăt că am putere pentru ca femeile să vrea să se culce cu mine”. Evoluția i-a făcut să caute puterea și să arate că o au în mod instinctiv.

Efectul civilizator al femeilor

De-a lungul istoriei, în timp ce bărbații au îndreptat cultura în direcția expansiunii, cuceririi și sporirii puterii, femeile au reprezentat așa-numita forță civilizatoare, luptând pentru siguranță. Aceste porniri sunt rezultate directe ale diferitelor priorități ale genelor masculilor și femeilor: genele masculilor câștigă încurajându-și gazdele să se împerecheze cu cât mai multe femele, în timp ce genele femelelor câștigă dacă dau gazdelor tendința de a crea un mediu sigur în care să-și crească copiii.

De ce? Pentru că masculii investeau relativ puțin timp și energie într-un anume făt, în timp ce femeile nu puteau avea mai mult de unul pe an și astfel trebuiau să-și apere capitalul genetic. Investeau bărbații ceva într-un copil care supraviețuia până la vârsta la care se reproducea la rândul lui? Bineînțeles. Era investiția la fel de mare ca a femeilor? Nu, dacă se aflau destul de sus în ierarhie pentru a putea lăsa însărcinate mai multe femei. Iar acei bărbați erau cei care transmiteau cele mai multe gene. Deci a căzut în sarcina femeilor ca, pentru a-și proteja investiția, să impună anumite standarde de comportament masculin acceptabil.

Pentru că genele femeilor aveau mai mult de câștigat dacă acestea își alegeau cu grijă partenerii, evoluția a făcut ca femeile să fie cele care aleg de obicei. Bărbații trebuie să lupte pentru a fi aleși.

Deci femeile își puteau permite să aleagă mai mult decât bărbații. Își puteau permite să-i pună pe bărbați la diferite încercări pentru a vedea dacă aveau intenții serioase. Fiind mai reținute până când bărbatul investea în mod substanțial timp și resurse, micșorau probabilitatea ca pretendentul doar să se joace cu sentimentele lor. Sporeau în schimb probabilitatea ca respectivul să-și ia în serios rolul de soț/tată și nu să caute doar distracții ieftine.

Dacă toate acestea par reci și calculate, amintiți-vă din nou că această „testare a bărbaților” *nu este făcută neapărat în mod conștient* de către femei. Așa am evoluat: genele care au favorizat această tendință a femeilor de a-și testa partenerii s-au transmis mai bine decât genele care nu o favorizau. Rezultatul este că femeile simt că trebuie să aibă o anume siguranță în privința intențiilor bărbaților înainte de a se împerechea cu ei.

Înșelatul

Nu vreau să dau impresia greșită că aş putea descrie cu acuratețe rolurile sexuale ale bărbaților și femeilor chiar dacă asta mi-aș propune în carte. Rolurile generale de bărbat puternic, soț/tată și persoană care testează pretendenții descriu câteva din modalitățile de bază în care bărbații și femeile se poartă unii cu alții. Dar în evoluție merge orice! De fapt, ar trebui să ne așteptăm ca unii indivizi să evolueze în așa fel încât să exploateze, să manipuleze, să mintă, să înșele și să fure în dorința de nestăvilit a genelor lor de a se reproduce.

Un tip de astfel de manipulare este împerecherea pe furiș. Pentru bărbați, ea îmbracă adesea forma relațiilor sexuale extraconjugale. În mod destul de interesant, femeile nu au alt motiv genetic să se supere pentru asta decât că bărbatul s-ar putea îndrăgosti de cealaltă femeie și și-ar putea abandona soția și familia.²⁶

Pentru femei, înșelatul ar fi putut implica impregnarea de către un bărbat puternic cu gene mai bune, fără știrea bărbatului de casă. Acesta nu e nici pe departe un câștig așa de mare pentru genele femeii ca înșelătoria bărbatului, din moment ce implică doar o potențială îmbunătățire a șanselor de supraviețuire a copilului față de riscul ca soțul să plece, deci nu ne putem aștepta ca pornirea să fie atât de puternică. Concluzia nefericită este că bărbații au mult mai mult de câștigat dacă înșală și deci au un instinct mai puternic de a o face. Pentru ei, fiecare sarcină în plus reprezintă încă un potențial copil purtător de gene care de fapt nu-l costă aproape nimic pe tată.

Din nou time-out: „motivele” evoluționiste

Time-out, time-out, time-out! Înapoi! Oamenii care au aventuri extraconjugale de obicei *nu vor* copii, nu? Cum pot să afirm că oamenii înșală doar ca să aibă mai mulți copii când știm cu toții că oamenii nu vor copii rezultați în urma vreunei aventuri?

Din nou, șmecheria este să ne amintim că există o diferență între gândurile noastre conștiente din prezent și forțele de selecție naturală a ADN-ului din timpurile preistorice. Tendința *inconștientă* de a avea aventuri în anumite împrejurări este adânc înrădăcinată în mintea oamenilor ca rezultat al evoluției – ca rezultat al faptului că strămoșii noștri care aveau aceste tendințe s-au împerecheat și ne-au făcut *pe noi!* *Indiferent de moravurile, valorile sau gândurile noastre de azi, încă mai păstrăm acea programare preistorică ce ne face să fim atrași, înnebuniți, îndrăgostiți de alți oameni. Ca rezultat al selecției naturale, avem un instinct sexual extrem de puternic.*

Odată ce am evoluat astfel încât să avem aceste puternice porniri

sexuale, noi întrebuintări au evoluat deasupra lor. De exemplu, studiile antropologice sugerează că unul din scopurile principale ale infidelității femeilor nu este de a rămâne însărcinate, ci de a obține alte favoruri – cum ar fi mai multă hrană pentru copiii lor – de la bărbații puternici. Invers, acesta este motivul pentru care bărbatul viril pleacă la vânătoare. Nu pentru că este o modalitate eficientă de a procura proteine (nu este – recoltarea este mult mai sigură), ci pentru că o captură mare îi permite să dea carne în schimbul sexului prin tot satul.

Și apoi, desigur, nimic nu-i oprește pe oameni să se angajeze în relații sexuale recreative în timpul lor liber. Din moment ce selecția naturală a făcut ca relațiile sexuale în scopul reproducerii să fie atât de plăcute, este de înțeles de ce sexul de dragul sexului, chiar și dacă ar fi un pic mai puțin plăcut, tot ar fi o activitate preferată atât timp cât nu ar sta în calea supraviețuirii sau reproducerii.

Evoluția infidelității

Pe măsură de tacticile și contra-tacticile strategiilor de împerechere au evoluat, persoanele infidele și-au perfecționat tehnicile de înșelare, iar partenerii lor pe cele de depistare și prevenire a infidelității. Dar beneficiul genetic este atât de mare încât infidelitatea rămâne un factor important în transmiterea genelor.

Simularea este o altă modalitate prin care cineva își poate spori șansele de a-și transmite genele. Rolul de bărbat puternic e greu de simulat când există bărbați dominanți în preajmă pentru că ei vor avea tendința de a te pune repede la locul tău, dar un bărbat care observă repede că este cel mai dominant în zonă și „face pe durul” poate câștiga din punct de vedere genetic.

Simularea rolului de soț/tată lasă mai mult loc creativității. De obicei soții mint că nu sunt căsătoriți pentru a-și oferi ocazia încă unei relații. Burlacii folosesc înșelătoria clasică a promisiunii de dragoste eternă și dau bir cu fugiții după câteva tăvăleli. Desigur, femeile bănuitoare care știu cum să descopere astfel de minciuni au un avantaj, așa că din nou ne putem aștepta ca strategiile infidelilor și ale „detectivilor” să se fi perfecționat de-a lungul eonilor.

De aceea dansurile de împerechere ale păsărilor sunt atât de lungi și obositoare, epuizând ambii parteneri. Pasărea femelă „știe” (în sens evoluționist) că niciun mascul care are deja o parteneră stabilă nu va trece prin așa ceva pentru o „aventură de o noapte”, riscând să-și piardă familia aflată în altă parte, deci îl face să dovedească faptul că e într-adevăr singur, pretinzând să i se ofere și ultima picătură de energie.

Găsirea unei nișe

Dacă toată lumea ar avea exact aceeași strategie de împerechere, persoanele mai puțin atrăgătoare n-ar avea nicio șansă – nu și-ar găsi niciodată un partener. Așa că unii pretendenți și-au dezvoltat strategii *de nișă* care să atragă mai puțini parteneri potențiali, dar unii pentru care este mai puțină concurență. Au obținut o parte mare dintr-o piață mai mică, dar una peste alta strategia de nișă a sporit probabilitatea ca ADN-ul lor să fie transmis mai departe.

Strategiile de împerechere de nișă sunt motivele pentru care diferiți oameni au diferite comportamente. În timp ce majoritatea bărbaților umblă după femei sub 30 de ani, care au șanse mai mari să rămână însărcinate, unii bărbați preferă femei mai în vârstă. În timp ce majoritatea oamenilor sunt atrași de persoane care seamănă fizic cu ei, ceea ce indică prezența unui ADN similar, alții caută parteneri cu figuri exotice. În timp ce majoritatea femeilor își testează pretenții înainte de a se culca cu ei, unele sunt extrem de promiscue, ceea ce probabil duce la nașterea unor urmași care primesc cel puțin anumite resurse de la un șir de potențiali tați. Strategiile de împerechere de nișă reprezintă o abordare forțată, al cărei scop este de a răspândi ADN-ul cât mai mult posibil.

Moravurile și ipocrizia

Unul din modurile prin care ADN-ul își sporește șansele de a câștiga jocul reproducerii umane este, pe lângă ajutorul propriei gazde să se reproducă, împiedicarea altora de a se reproduce. În zilele de dinaintea existenței memelor, masculii puternici puteau intimida fizic alți masculi și puteau să-și păstreze multe femele pentru ei înșiși. Masculii care se aflau mai jos pe scara dominanței reușeau să-și transmită ADN-ul propriu pretinzând că respectă haremul masculilor dominanți, dar profitând în secret de orice ocazie de a se împerechea care li se ivea. Studiile arată că exact așa fac cimpanzeii.

Odată cu apariția memelor, interesul genetic al masculilor a fost să răspândească meme care să micșoreze probabilitatea ca alți masculi să se împerecheze. Interesul ADN-ului femelelor era să răspândească meme care să încurajeze comportamentul frumos al pretendenților lor. Interesul bunicilor a fost să răspândească meme care să ducă la creșterea cu succes a nepoților. Așa s-a născut conceptul de *moravuri sexuale*.

Moravurile sexuale sunt regulile jocului, ca să zic așa. Sunt meme-strategii care spun *Nu face acest lucru pe care îl dorești*. Ele te opresc să te împerechezi cu anumite tipuri de potențiali parteneri. Pe măsură ce se maturizează, oamenii sunt programați cu ele.

Lucrul interesant în legătură cu moravurile sexuale este că atunci când ești programat cu ele, poți să te comporți contrar intereselor ADN-ului tău egoist.

E ușor de spus ce vrea ADN-ul: doar fii atent de cine ești atras sexual. Acest lucru indică faptul că, din punct de vedere genetic, împerecherea cu acea persoană ar putea duce la transmiterea ADN-ului propriu.

Unele din primele interdicții sexuale cunoscute – cele din Cele Zece Porunci – se potrivesc exact acestui model. Două dintre porunci interzic bărbaților să aibă relații sexuale și chiar să râvnească la nevasta altuia. Bărbații care investesc foarte mult într-o casă și într-o familie și apoi se trezesc că sunt înșelați – și mai trebuie și să crească copiii altora – au mult de pierdut în jocul evoluționist și astfel pot fi capabili să răspândească meme care să-i descurajeze pe ceilalți să aibă aventuri cu nevestele lor.

Dar dacă respecti moravurile sexuale acționezi în interesul ADN-ului *oricui altcuiva*, mai puțin al tău. Deci strategia optimă a genei egoiste, înainte ca oamenii să capete conștiință și să aibă posibilitatea de a-și dedica viața și altui scop decât transmiterii ADN-ului, era să participe la răspândirea moravurilor, dar să le ignore pe ascuns ori de câte ori se ivea ocazia unei împerecheri contrare prevederilor lor. Aceasta este explicația evoluționistă a ipocriziei. Ne putem aștepta să vedem cea mai multă ipocrizie în legătură cu sexul, din moment ce este în avantajul ADN-ului tuturor să răspândească meme antisex și, în același timp, să le ignore în mod egoist.

De pe planete diferite

Deși uneori bărbații și femeile par a fi de pe planete diferite, atât de greu se înțeleg unii pe alții, principalele diferențe dintre ei vin de la această bătălie a sexelor despre care tocmai am vorbit. Bărbații, în general, sunt interesați de putere, de locul lor în ierarhie, de căutarea ocaziilor de a avea relații sexuale cât mai repede și mai eficient posibil. În general, sunt atrași de femei care au mai mult potențial reproductiv – care sunt tinere și sănătoase. În mod tipic, sunt posesivi cu femeile lor, păzindu-se să nu fie înșelați.



Psihologia evoluționistă poate să explice de ce oamenii sunt ipocriți cu privire la sex. În timp ce răspândește meme care micșorează promiscuitatea altora, cum ar fi Adulterul e rușinos, ipocritul profită de orice ocazie de a înșela care i se ivește. ADN-ul oamenilor care fac acest lucru se răspândește mai ușor decât cel al oamenilor sinceri.

Femeile, în general, apreciază siguranța, angajarea și pe bărbații care sunt gata să investească în ele. De regulă, sunt atrase mai ales de două tipuri de bărbați: cei puternici și influenți, și cei devotați și generoși. În general, au grijă ca bărbații lor să nu fie „furați” de alte femei și pândesc orice semn că bărbatul își pierde interesul pentru ele și acționează în așa fel încât să remedieze situația.

V-ați întrebat vreodată de ce bărbații se uită după femei atrăgătoare? Era important din punct de vedere evoluționist ca ei să cântărească și să reacționeze repede la ocaziile de împerechere. Din același motiv, interesul lor este atras repede de stimulii vizuali, ceea ce explică de ce pornografia are mai mult succes la bărbați decât la femei.

Bărbații încearcă să impresioneze femeile cu forța și influența lor. Și reușesc.

V-ați întrebat vreodată de ce femeia se supără dacă bărbatul nu o sună o săptămână? Din punctul ei de vedere, acest lucru pune în pericol siguranța relației de zi cu zi pe care ea a fost formată în mod genetic să o dorească cu ardoare, iar mecanismele ei defensive intră în acțiune. Chiar dacă e matură și sigură pe ea, tot se va supăra probabil – este un sentiment puternic, primar.

Femeile îi testează pe bărbați pentru a fi sigure că aceștia chiar le sunt devotați și nu doar se prefac. Și reușesc.

În ultimele câteva secole, aceste roluri ale fiecărui sex au fost în mare măsură afectate de evoluția memelor, așa că astăzi găsim bărbați și femei care nu mai fac cu ușurință copii, care sunt frustrați în relațiile lor și care devin din ce în ce mai confuzi pe măsură ce societățile primitive în care am evoluat sunt înlocuite de forțe culturale incredibil de complicate și de puternice. Dar aceste porniri există încă în noi, iar virușii minții profită de ele pentru a ne prinde în mrejele lor.

Diferitele culturi de astăzi și-au dezvoltat diferite seturi de moravuri sexuale, având ca rezultat comportamente diferite ale bărbaților și femeilor. În Suedia, o democrație socială în care femeile se bucură de o mare independență economică, acestea au mai multă libertate sexuală. Neavând nevoie de bărbați pentru a le oferi siguranță, femeile suedeze nu au de ce să fie atât de preocupate să testeze devotamentul și generozitatea potențialilor parteneri. Rezultatul este un mai mare grad de promiscuitate în rândul femeilor: un studiu a arătat că bărbații din Suedia apreciază foarte puțin virginitatea partenerelor în comparație cu cei din alte țări. La rândul lor, suedezi sunt printre cei mai puțin violenți bărbați din lume: dacă femeile sunt mai disponibile, ei nu au de ce să se angajeze într-un comportament riscant, violent, care își are originea în pornirea genetică de a se ridica în ierarhie și de a avea apoi acces la mai multe femei. Pedepsele aspre pentru acte de violență nu sunt prin urmare necesare.

În Arabia Saudită, o țară cu moravuri sexuale stricte, găsim situația opusă. Femeile depind în mare măsură de bărbați în ceea ce privește siguranța lor economică. Accesul la sex al femeilor saudite este mult limitat. Bărbații apreciază virginitatea potențialelor parteneri. Violența este la ea acasă – o reminiscență din timpurile preistorice când angajarea într-un astfel de comportament sporea șansele de împerechere ale bărbatului – și, ca urmare, pedepsele pentru violență sunt foarte aspre.

Accesul la sex este forța motrice din spatele multor aspecte ale culturii.

Printr-un șir de cauze și efecte, disponibilitatea femeilor pentru sex poate determina moravurile predominante, gradul de violență și legile și pedepsele dintr-o anumită cultură. În Statele Unite, a existat o mutație în ceea ce privește moravurile sexuale, de la epoca dragostei libere din anii '60, când o generație nouă de tinere femei au făcut ce-au vrut din punct de vedere sexual, la teama de SIDA din anii '90 când tinerele au fost sfătuite să spună nu și să se abțină de la sex. Această mutație a fost însoțită de o creștere a ratei violenței în rândul bărbaților, așa cum prevede și acest model.

Resorturile pentru sex

Haideți să recapitulăm resorturile care provin din instinctul de împerechere și din rolurile asociate cu el. Primele trei sunt în principal resorturi masculine, iar ultimele trei în principal resorturi feminine; totuși, natura aleatorie a evoluției și importanța strategiilor de împerechere de nișă par să le amestece din când în când și nu este ieșit din comun să întâlnim bărbați cu resorturi „feminine” și femei cu resorturi „masculine”. La urma urmei, facem parte din aceeași specie!

— **Puterea.** Bărbații acordă atenție specială ocaziilor de a obține putere. Aceasta include controlul teritoriului, fie el fizic sau conceptual, cum ar fi piața de software sau Senatul Statelor Unite. În vremurile preistorice, puterea îi făcea pe bărbați mai atrăgători în ochii femeilor. În timp ce femeile preistorice căutau puterea pentru a-și spori șansele de supraviețuire, atractivitatea lor se baza în principal pe tinerețe și sănătate – pe potențialul lor reproductiv – așa că era mai puțin necesar pentru ele să-și dezvolte un resort al *puterii*.

— **Dominanța.** Bărbații sunt preocupați de locul lor în ierarhia de dominanță. În preistorie, un loc mai sus în ierarhie oferea acces la femei fără necesitatea unei lupte fizice, care afecta șansele de supraviețuire ale ambilor pretendenți. Femeile nu prea au avut nevoie de acest instinct întrucât ele erau cele care alegeau.

— **Oportunitatea.** Bărbații aveau puțin de pierdut și mult de câștigat genetic vorbind dacă foloseau toate ocaziile de a se împerechea care li se iveau. Abilitatea de a recunoaște o ocazie s-a transmis și altor zone. („Dacă comandați înainte de miezul nopții primiți și un cuțit Ginsu gratis!”) Din moment ce femeile trebuie să aștepte nouă luni până la nașterea unui copil, ele au trebuit să-și dezvolte în schimb răbdarea.

— **Siguranța.** Femeile caută siguranță. În vremurile preistorice, acest instinct contribuia la posibilitatea ca copiii lor să supraviețuiască până la vârsta la care se puteau reproduce. Este interesant că toate programele guvernului Statelor Unite care au de-a face cu finanțarea siguranței oamenilor au fost votate în timpul relativ scurt care a trecut de când femeile au primit drept de vot. Și bărbații prețuiesc siguranța, dar ei sunt, în același timp, și dornici să își asume riscuri care i-ar putea face să urce pe scara ierarhică.

— **Devotamentul.** Femeile sunt atrase de bărbați care se arată a fi devotați – care apar de multe ori într-o anumită perioadă de timp. Pe acest buton apasă fără milă agenții publicitari pentru a crea loialitatea față de o anumită marcă. Bărbații, în schimb, sunt interesați să se împerecheze cu o varietate de femei.

— **Investiția.** Femeile dau atenție bărbaților care investesc în ele. Asta este ceea ce ține în picioare florăriile. Bărbații se pot baza pe

tendința universală a femeilor de a avea grijă de cineva, de aceea ei nu trebuie să se străduiască să caute acest lucru la o femeie.

Reproducerea sexuală este principala forță din spatele evoluției genetice. Ne-am dezvoltat instincte și tendințe care să ne asigure maximum de succes la împerechere cu mult înainte de începerea evoluției culturii noastre. Acum iată-ne în secolul al XXI-lea, dar încă echipați pentru epoca de piatră. Nu e de mirare că secțiunea de cărți de autoperfecționare din librării e plină!

Viitorul sexului

Toate aceste instincte și tendințe au evoluat pentru a spori posibilitatea ca femeile să rămână însărcinate și să nască. Dar, cum am spus mai devreme, gândurile noastre conștiente se îndreaptă adesea în direcția opusă! Bărbații vor doar să facă sex, nu? Nu vor ca femeile să rămână însărcinate. Dacă ne luăm după acest model, de ce folosesc oamenii metode contraceptive? De ce își fac bărbații vasectomii? Cu siguranță *nu* pentru a ne sprijini ADN-ul.

Răspunsul este:

Milioanele de ani de evoluție genetică ce au produs aceste instincte nu au ținut cont că la un moment dat vom putea afla că putem face sex fără a face copii.

Ne-am bătut joc de toată lucrarea genetică. Ne-am dat seama cum să facem sex fără a face copii și, în consecință, actul sexual nu mai este premiul genetic care a fost timp de milioane de ani. Instinctul nostru încă mai crede că actul sexual este egal cu reproducerea și de aceea avem încă porniri sexuale atât de puternice.

Dar acum totul s-a schimbat. Ceea ce este în favoarea ADN-ului nostru egoist acum este instinctul *de-a face copii*: de a alege să facem copii. La generațiile următoare, datorită evoluției genetice, dorința de a face copii va fi din ce în ce mai puternică. Dacă *chiar am* fi capabili să utilizăm planificarea familială și să nu avem sarcini nedorite, instinctul sexual lipsit atunci de sens s-ar atrofia!

Totuși, n-aș conta pe asta. Selecția naturală pedepsește repede lipsa reproducerii. Întrucât guvernele garantează acum sănătatea și bunăstarea tuturor copiilor trebuie să ne așteptăm la o creștere a segmentului de populație care nu folosește metode contraceptive. Acesta îi include pe cei care cred că au gene bune și vor să le reproducă, dar și pe cei iresponsabili și fără educație. Și există și religii care interzic controlul nașterilor: o strategie de câștig genetic!

Ne place sau nu, noi trăim doar câțiva ani, iar ADN-ul acelorora dintre noi care tind să nu facă copii va dispărea curând. Cei care au doar câțiva copii vor fi copleșiți de cei care au mai mulți.

Deci dacă am trăi inconștient, pornirile noastre ne-ar dirija comportamentul în direcția maximizării șanselor ADN-ului nostru de a se răspândi. Dar trăind cu programarea pe care ne-o dau moravurile societății, nu facem acest lucru. Ce se întâmplă cu aceia dintre noi care nu au copii? Dar cu homosexualii? Cum poate homosexualitatea să reziste selecției naturale? Aceasta este una din cele mai dure întrebări la care au trebuit să răspundă biologia evoluționiști atunci când au aplicat teoria darwinistă la ființele umane.

O teorie este că evoluția este acum într-o schimbare continuă. Cum meele au devenit de curând mai importante decât genele, ADN-ul nostru nu le-a ajuns încă din urmă. Dacă aceasta este situația, cu siguranță le va ajunge din urmă rapid și ne putem aștepta să fim martorii unei creșteri a natalității în rândul majorității populației.

Altă posibilitate este ca cei dintre noi care nu au copii să fi devenit sclavii genetici ai celor care au. Cei care fac copii au răspândit combinația potrivită de meele, ne-au infectat cu virusii minții potriviți pentru a ne face să muncim fericiți ca să facem din lume un loc mai bun pentru copiii lor. Aceasta este o posibilitate dacă privim lucrurile din punctul de vedere al ADN-ului care se răspândește.

Dar nu trebuie neapărat ca viața să aibă legătură cu ADN-ul care se răspândește.

Toate aceste resorturi și tendințe pot fi recunoscute și depășite. Viața poate fi mai mult decât atât. Dar dacă nu înțelegem cum suntem alcătuiți nu putem să ne programăm în așa fel încât să atingem scopul pe care ni-l propunem în viață.

Evoluția complexă și variată a instinctului nostru sexual ne oferă multe din cele mai importante resorturi și tendințe pe care le folosesc virusii minții pentru a ne programa. Instinctul numărul 2, imediat după sex, este cel de supraviețuire. Acolo vom căuta următorul set de resorturi pe care le exploatează virusii minții.

Capitolul șapte

Supraviețuirea și teama

„Vom discuta acum puțin mai în amănunt despre lupta pentru existență”.

Charles Darwin

În vremurile preistorice, cel mai eficient mod de a te menține în viață era să ai o relație sănătoasă cu două lucruri: hrana și pericolul. Partea creierului nostru care a evoluat astfel încât să fie atentă la pericol a fost de mare ajutor în zilele în care trebuia să facem față la multe amenințări la adresa vieții noastre. Mă întreb însă cât a durat,

după inventarea limbajului, până când primul escroc a furat bunurile primului fraier inventând o minciună despre un presupus pericol: „Hei, Og! Eu văzut tigrul cu colți sabie intrat în peștera unde tu ții mâncare! mai bine nu venit! Hi-hi”.

În multe mituri și religii există amenințări cu pedepse din partea zeului sau zeilor și avertismente în legătură cu pericolele care îi pasc pe cei ce fac diverse lucruri interzise. De ce? Pentru că acordăm atenție membrilor care au legătură cu pericolul! Pe măsură ce tradițiile orale s-au dezvoltat, creierul nostru a amplificat din ce în ce mai mult pericolele și le-a dat mai multe semnificații.

Încă o dată, evoluția membrilor a înregistrat un progres semnificativ în secunda în care oamenii au început să-și comunice pericolele. Astăzi, chiar dacă majoritatea amenințărilor zilnice la adresa supraviețuirii noastre au dispărut, viețile noastre sunt încă pline de meme legate de *pericol*. Cu cât pericolul este mai mare, cu atât îi acordăm mai multă atenție. Uitați-vă numai la industria construită în jurul acestei atenții, la filmele horror și la asigurări. Există și filme despre siguranță, desigur, dar cine vrea să le vadă *pe acestea*? Cel mai bun astfel de film pe care l-am văzut în liceu la cursul de conducere se numea *Moartea mecanizată*. Spre deosebire de filmele plicticoase care prezentau conduita normală și sigură la volan, *Moartea mecanizată* arăta câteva scene cu accidente, pline de sânge, care prezentau în imagini pericolul asociat cu condusul imprudent. Deși a fost doar o oră din vreo 25, este singura de care îmi aduc aminte, probabil pentru că pericolul era singurul lucru destul de puternic pentru a-mi distra atenția de la prioritățile normale din timpul liceului: prânzul și fetele. Pericolul, hrana și sexul.

Evoluția fricii

Pentru că evoluția a favorizat siguranța, avem de-a face cu mai multă teamă decât este nevoie. De ce evoluția a favorizat siguranța? Simplu: siguranța era un factor de bază în reproducere. Dacă eram în siguranță, trăiam până la vârsta reproducerii; dacă nu, nu. Evoluția genetică nu se interesa de calitatea vieții noastre, ci doar de numărul urmașilor noștri, în mod natural – prin mersul selecției naturale – instinctul de a ne menține în siguranță a devenit din ce în ce mai puternic la noi și la alte animale. Ca și celelalte instincte, are un sentiment asociat: *frica*.²⁷

Frica se adaptează la situația în care te afli. Faptul că o persoană ar putea să se sperie dacă ar merge pe strada întunecoasă care l-a inspirat pe Gene Kelly să cânte în ploaie ne arată că nu toți oamenii se tem de același lucru. De fapt, din moment ce chiar eu mă temeam să vorbesc în public în vreme ce acum abia aștept să o fac, pot spune cu

convingere că pe parcursul vieții ajungem să ne temem de lucruri diferite.

Teama umană este generată de instinctele „hardware” care văd viața prin programarea memetică „software”. Această programare constă din toate memele-distincții, memele-strategii și memele-asocieri pe care le primim de la tot ce am simțit, auzit, gândit sau am fost învățați vreodată.

Este un salt genetic extraordinar care ne-a permis nouă și altor animale care au această abilitate să ne protejăm de pericolele de care aflăm doar după ce ne naștem și genele noastre sunt stabilite.

Imaginați-vă procesul genetic care a dus la evoluția fricii: să spunem că există niște animale preistorice, Spot și Rover, care și-au dat seama cum să comunice conceptul de *pericol*. Spot a văzut un tigru într-o peșteră în depărtare. Îi spune lui Rover, în timp ce aleargă cât poate de repede în direcția opusă: „Rover – găfâit, găfâit – bătrâne, e un pericol în – găfâit, găfâit – peștera aceea”. Rover atunci se comportă ca și cum chiar ar fi *văzut* un tigru și fuge și el cât poate. Acest lucru reduce probabilitatea să fie mâncat și în general este o adaptare evoluționistă favorabilă. Apropo, chiar și simpla observare a lui Spot alergând în halul acela ar fi fost de ajuns să transmită ideea de pericol.

Dar alergarea este oarecum o risipă de energie, care îl va epuiza pe Spot și-i va provoca foame, ceea ce-l va face să aibă nevoie de hrană. Săracul Spot probabil se descurcă mai bine decât predecesorii lui care nu aveau capacitatea de a-și da seama de pericol, dar se poate și mai bine.

Deci partenera lui Spot abia a făcut șase pui și unul dintre aceștia – Spot jr. are o reacție puțin diferită: își dă seama mai bine de pericol, dar nu o ia la fugă până nu are un motiv. Din moment ce el are același avantaj ca Spot, dar fără a se obosi prea tare și a se înfometa, înseta și deveni astfel mai vulnerabil în fața unui atac, genele răspunzătoare pentru juniorii Spot vor înlocui, cu timpul, genele lui Spot.

Timpul a trecut, genele au evoluat și noi ne-am trezit cu câteva sentimente identificabile legate toate de pericol. Conștiința faptului că există un pericol nespecificat se numește *anxietate*. *Frica* este asociată cu o primejdie de care avem instinctul să fugim. Dacă în schimb reacția noastră este să stăm prin preajmă și să luptăm, simțim *furie*. Apoi avem amestecuri și nuanțe de sentimente de felul acesta, toate cu denumirile lor: emoție, îngrijorare, suspiciune, agitație și altele. Așa cum eschimoșii au o mulțime de cuvinte pentru a denumi diferitele tipuri de *zăpadă*, bogăția vocabularului nostru legat de *pericol* ilustrează faptul evoluționist că acest concept joacă un rol central în viața noastră. De parcă am mai avea nevoie de dovezi.

Ce n-a mers bine?

De ce frica – această reacție minunată, complexă, adaptativă la pericol – a devenit o asemenea povară asupra vieții noastre moderne? De ce sunt atâția oameni care fac terapie, și mai mulți care citesc cărți de autoperfecționare și, foarte trist, încă și mai mulți care disperă în tăcere pentru că viețile lor sunt pline de teamă? De ce reacțiile noastre la pericol, care ne-au fost de folos atât de mult timp pe parcursul evoluției noastre genetice, s-au întors deodată împotriva noastră și au devenit principalul obstacol în calea realizării întregului nostru potențial?

Este un subiect complicat, probabil rivalizând cu sexul, atât este de omniprezent în viața noastră. Ideea de bază este însă aceasta: acum trăim într-un mediu care este atât de diferit de cel în care au evoluat genele noastre că mecanismele vechi de frică/furie/pericol nu mai sunt potrivite.

Astăzi viețile noastre se învârt în jurul serviciului, societății și ideilor – nu în jurul leilor, tigrilor și urșilor. Dar oamenii privesc eșecul pe plan cultural ca și cum ar fi pe plan fizic – se tem să nu fie mâncați! Reacțiile și emoțiile instinctive cu care ne-a înzestrat evoluția nu sunt potrivite pentru cei interesați de mai mult decât de supraviețuire. Este o zonă în care truismul New Age „Ai încredere în instincte” nu se aplică.

Succesul în viață depinde de perseverența cu care lupți cu eșecurile, dar instinctele noastre privind pericolele culturale ne trimit în direcția opusă.

Mediul în care trăim astăzi este în mare măsură invenția minților noastre. Sensorii noștri pentru frică au luat-o razna! Imaginați-vă că partea din creierele noastre care produce frica este ca un cititor de coduri de bare din supermarket instalat în capetele noastre. Când vede ceva ce recunoaște ca fiind înspăimântător, bâzâie și anunță un preț – cât suntem de speriați de o anumită situație. Cu un milion de ani în urmă, scanerele mergeau foarte bine: toate lucrurile pe care le vedeam în jur aveau imprimate pe ele minunate coduri universale. Dar situațiile pe care scanerele au fost construite să le recunoască nu mai există – acum ne îndreptăm cititoarele de coduri către cravate cu dungă, tablouri ale lui Jackson Pollock și spectacole psihedelice. E de mirare că ne descurcăm și atât!

De fapt, nu ne descurcăm chiar bine. Trăim într-o epocă plină de stres și confuzie. Oricine a simțit vreodată dorința de a „scăpa de toate” a simțit de fapt nevoia de a se retrage într-un mediu mai simplu și mai puțin confuz: cel pe care simțurile noastre au fost făcute să-l înțeleagă.

Teama și relațiile de rudenie

Nu acordăm atenție specială doar pericolelor care ne privesc direct. Din moment ce avem gene comune cu rudele noastre, atenția noastră este atrasă și de situații în care îi putem ajuta fără mari eforturi pe cei cu care avem gene în comun. Numim aceasta *altruism* și, în mod interesant, societatea pare să privească cu ochi buni altruismul, în aceeași măsură în care privește cu ochi răi îngăduința față de propria persoană. Ambele, însă, au evoluat prin supraviețuirea celor mai adaptate gene. Iată câteva meme care acționează resorturile legate de altruism:

— **Ajutarea copiilor.** Cel mai bun lucru pe care îl puteți face pentru genele dumneavoastră egoiste, alături de supraviețuire și reproducere, este să vă ajutați propriii copii sau pe alți copii care au gene comune cu dumneavoastră să supraviețuiască până când se reproduc ia rândul lor. Oamenii de știință încă n-au terminat de studiat comportamentul oamenilor față de copii, care include toate variantele posibile de la ajutarea copiilor altor rase până la uciderea celor proprii. De regulă, însă, mulți oameni au instinctul de a ajuta copiii.

— **Cine se aseamănă.** Grupurile de oameni cu gene asemănătoare, care stau împreună și se ajută unii pe alții, au șanse mai mare să supraviețuiască și să-și mențină bazinul genetic neafectat de outsideri.

În sfârșit! Niște meme plăcute! La urma urmei nu suntem doar josnici și răi, nu? Dar faptul că genele au evoluat astfel încât să se preocupe mai mult de soarta lor decât de a indivizilor are și o parte neplăcută. Ce ziceți de memele următoare:

— **Rasismul.** Excluderea sau chiar lupta împotriva oamenilor cu gene evident diferite, cealaltă latură a zicalei *Cine se aseamănă*, are efectul de a menține status quo-ul bazinului genetic. Acest lucru este dezaprobat de societatea americană în majoritatea ei, deși până în secolul al XX-lea era acceptat în majoritatea culturilor care aveau contacte cu alte rase.

— **Elitismul.** Orice grup de oameni care împărtășesc și acționează conform convingerii că merită mai multe resurse și privilegii sau să fie mai bine tratați decât alții vor supraviețui și-și vor transmite genele mai bine în vremuri grele.

Ajutarea copiilor, cine se aseamănă, rasismul și elitismul sunt toate meme care ne acționează resorturile. Împreună cu *criza, pericolul* și câteva meme mai complicate bazate pe frica pe care le voi discuta mai târziu în acest capitol, acestea sunt candidați excelenți de care să profite virusii minții pentru a ne atrage atenția și a trece de mijloacele noastre de apărare. Și nici nu trebuie ca pericolul să fie real – ajunge doar să credem că ar putea fi.

Pentru a rezista în lumea modernă trebuie să ne ignorăm într-o oarecare măsură simțurile și să trăim după ideile, obiceiurile și convingerile care există doar în mintea noastră. Frica totuși pare să fie unul din instinctele cel mai greu de ignorat. Din acest motiv, memele care invocă un sentiment de frică și atenția pe care i-o acordăm au mare succes, Iată câteva din modalitățile prin care memele au evoluat în așa fel încât să profite de resorturile noastre pentru frică.

Salvați copiii!

Înainte de a fi prea târziu...

Copiii din toată lumea sunt în pericol! Fără o înțelegere directă a memeticii, sunt expuși la infectarea cu viruși ai minții – infectare care le poate distruge literalmente calitatea vieții.

Ce puteți face pentru a-i ajuta? Învățați-i memetică. Dar timpul este limitat. Ajutorul dumneavoastră este necesar acum. Dacă știți vreun copil de liceu sau colegiu, nu așteptați ca altcineva să-l ajute. Fiți prietenul pe care se poate baza. Schimbați-le viața și lor și copiilor din generația următoare. Investiți acum în viitorul lor. Dați-le un exemplar din Virusul minții chiar azi.

Dacă etichetează ceva ca „pericol” cultural, agenții de publicitate îi pot face pe oameni cel puțin să fie atenți la reclama respectivă. Adesea virușii minții cuprind meme care induc frică.

Psihologia jocurilor de noroc

Pe vremea când abia începusem să fiu interesat de modul în care lucrează mintea, unul din subiectele care mă fascinau cel mai tare era psihologia jocurilor de noroc. De ce pariază oamenii împotriva casei când știu foarte bine ca aceasta e în avantaj? Mai precis, cum pot eu să fac bani profitând de faptul că alții pariază uneori greșit?

Secretul este că instinctele jucătorilor vin din vremurile preistorice și le dau sfaturi proaste într-o lume special construită pentru a-i păcăli. Câteva din aceste false instincte sunt:

— **Supraestimarea unui pont.** În vremurile preistorice, angajarea în activități cu risc mic și recompensă mare, cum ar fi căutarea hranei, oferea un avantaj pentru supraviețuire, chiar dacă recompensa apărea doar din când în când. La jocurile de noroc cu profit mare cum ar fi loto, șansele reale pot fi de-a dreptul abisale. Oamenii vor juca totuși din cauza riscului mic și a recompensei mari.

— **Asigurarea ieftină.** O altă memă de tipul risc mic, recompensă mare este „asigurarea ieftină”. Asta înseamnă că se face un mic efort pentru a se reduce riscul de pericol, ca atunci când se camuflează intrarea în peșteră înainte de a se merge la culcare. Pe vremea când jucam blackjack am auzit de multe ori sfatul înțelept că trebuie să

„cumpăr asigurare” – adică să mai fac un pariu că dealer-ul are blackjack – când aveam și eu blackjack. O analiză a jocului arată că asigurarea este un pariu prost, cu sau fără blackjack; dar mema *asigurare ieftină* îl face să pară atractiv.

— **Profitarea de noroc.** În viață, în ciuda faptului că unele reclame pentru fonduri mutuale neagă acest lucru, performanța din trecut este un bun indicator al rezultatelor viitoare. Dacă niște câprioare s-au adunat la locul de adăpat în fiecare zi în zori în cursul ultimei săptămâni, sunt șanse că vor veni și mâine. În majoritatea jocurilor de noroc, totuși, fiecare joc este complet independent de trecut. Norocul vine la întâmplare, totuși oamenii riscă de parcă ar exista vreun tipar pentru acesta.

— **Jocul împotriva norocului.** Într-un exemplu minunat de inconsecvență a rasei umane, unii oameni au dezvoltat instinctul de a merge împotriva curentului, contra opiniei majorității. E ușor de văzut cum acest lucru oferă avantaje în ceea ce privește găsirea hranei sau a unui partener, întrucât automat elimină concurența; totuși, în cazul jocurilor de noroc, este o strategie la fel de inutilă ca mersul în sensul curentului.

— **Zgârcenie când pierzi, generozitate când câștigi.** Instinctul legat de supraviețuire care te îndeamnă să conservi resursele scăzute și să fii darnic când resursele sunt abundente este exact opusul strategiei optime de a-ți gospodări banii. Simulările pe calculator arată că veți rezista mai mult dacă pariati mai mult când sunteți în urmă și mai puțin când sunteți în avantaj.

— **Bazarea pe intuiție.** Încercarea ocazională a unei noi strategii sau a unei abordări creative a fost și este utilă pentru supraviețuire. Nu este utilă însă în cazul majorității jocurilor de noroc, mai ales a blackjack-ului: există un singur mod de a juca fiecare mână astfel încât să ai cele mai bune șanse de câștig. Cazinourile câștigă milioane de dolari din intuițiile jucătorilor de blackjack care deviază de la respectiva strategie oarecum plicticoasă.

Oamenii joacă prost nu doar din cauza acestor false instincte: chiar jocurile de noroc *au evoluat* **n** direcția exploatării acestor tendințe! Cazinourile au făcut bani din jocurile care ne păcălesc cel mai bine, cum ar fi blackjack-ul, și le-au replicat. În timp, jocurile mai slabe, ca faraonul, au dispărut, întrucât nu aduceau un profit atât de mare casei.

Profituri probabile la un pariu de 10\$ atunci când jucătorul are blackjack					
Suma de pariat	Profitul dacă dealerul are blackjack	Profitul dacă dealerul nu are blackjack	Șansele ca dealerul să aibă blackjack	Șansele ca dealerul să nu aibă blackjack	Profitul total posibil
10\$ + 5\$ asigurare	20\$	20\$	$15 / 49 = 0,31$	$34 / 49 = 0,69$	20\$
10\$, fără asigurare	10\$	25\$	$15 / 49 = 0,31$	$34 / 49 = 0,69$	20,41\$

Asigurarea la blackjack este un pariu prost dacă n-ați ținut socoteala la cărți și nu știți că sunt neobișnuit de mulți decari rămași în pachet. Dar mema asigurare ieftină îi tentează pe oameni să parieze oricum.

Memele care exploatează aceste tendințe au pătruns și în alte aspecte ale culturii noastre. Faptul că sunteți conștient de aceste tendințe nu face din dumneavoastră doar un jucător mai bun, ci vă ajută și să sporiiți calitatea altor segmente din viața dumneavoastră.

Legendele urbane

E tentant să credem că miturile, proverbele, legendele și tradițiile orale se transmit fie datorită faptului că sunt perfect adevărate, fie datorită utilității lor pentru viața noastră – prin aceea că ne oferă lecții sau exemple de înțelepciune. Fiind experți în meme însă, știm acum că poveștile, miturile și învățăturile care rezistă sunt cele care au – ați ghicit – meme bune.

Hai să aruncăm o privire la câteva din legendele noastre urbane moderne, acele povești care nu dispar niciodată, indiferent de câte ori sunt respinse. De ce nu dispar? Pentru că o povestire plicticoasă din ziar care spune că „de fapt nu se întâmplă nimic interesant sau periculos” nu poate concura cu o legendă urbană înspăimântătoare, plină de meme suculente! Iată câteva din preferatele mele, cu resorturile acționate de meme puse între paranteze:

Un băiat urmează să moară de leucemie [*criză*]. Înainte de a muri, vrea să vadă dacă poate ajunge în Cartea Recordurilor [*misiune*] bătând recordul pentru colecționarea celor mai multe cărți poștale cu urări de însănătoșire [*instinctul de a se distinge*]. Vă rog să-l ajutați [*ajutarea copiilor*] trimițându-i o carte poștală [*risc mic, recompensă mare*].

Un cuplu merge la o vânzare de lucruri la mâna a doua și

discută dacă să cumpere sau nu un scaun prăpădit cu 5 \$ [*oportunitate*]. Se hotărăsc să cumpere scaunul. Când ajung cu el acasă, câinele începe să adulmece și să zgârie tapițeria [*pericol*]. Ei caută în colțul rupt al tapițeriei și găsesc o geantă maro cu 38.000 \$ în bancnote de câte 100 \$ [*risc mic; recompensă mare*].

Compania producătoare de săpun Procter & Gamble primește de zeci de ani plângeri de la oameni care au auzit că logo-ul lor vechi de-o sută de ani, „Omul din lună”, este un simbol satanic [*pericol*] și vor să-l schimbe în numele Domnului [*misiune*].

Cineva a găsit (cea mai dezgustătoare substanță, după părerea dumneavoastră) [*pericol*] **m** (mâncarea dumneavoastră preferată) lor [*hrană*] la (restaurantul dumneavoastră preferat) [*familiaritate*]. Au dat în judecată restaurantul și au primit 2 milioane de dolari [*risc mic, recompensă mare*].

Superstiția

Sunteți superstițios? Chiar dacă nu sunteți, probabil știți mai multe nume de lucruri care aduc noroc sau ghinion decât nume de președinți ai Statelor Unite. Presupunând pentru moment că superstițiile nu au niciun temei (să batem în lemn), de ce cunoaștem totuși atât de multe?

Indiciu: lucrul acesta are oarecum legătură cu frica și cu memele.

Majoritatea superstițiilor se bazează pe mema *asigurare ieftină*. În schimbul efortului mic de a evita pisici negre, de a sta acasă vinerea pe 13 sau de a arunca puțină sare peste umărul stâng – și trebuie să fie umărul *stâng* – primești asigurarea că nu se va întâmpla nimic rău.

Unele superstiții se bazează și pe alte meme, în special pe *profitarea de noroc*. Jucătorii de barbut vor ca cel care aruncă zarurile în avantajul lor să continue să o facă până când i se termină norocul. Sunt din ce în ce mai entuziasmați cu fiecare câștig întâmplător. Atletii nu-și schimbă lenjeria de corp dacă se bucură de mai multe victorii. Jucătorul de baseball Wade Boggs mânca pui înainte de fiecare meci. A spus că o dată n-a mâncat și a făcut trei greșeli în apărare la a treia bază. Puteți să dați vina pe el?

Prietenul meu Greg Kusnick, pe care îl știți de la conversația din cantina Microsoft când am auzit eu prima dată despre meme, are obiceiul ca în fiecare dimineață după ce se scoală să arunce o privire la titlurile din ziare când iese pe ușă. Doar o privire. Într-o zi nu a făcut-o și a murit papa. Desigur, papa murise cu mult înainte ca

prietenul meu să nu se fi uitat la ziar, dar gândirea rațională nu prea are de-a face cu superstițiile! După cum își amintește Kusnick:

Nu puteam scăpa de sentimentul ciudat că într-un fel era vina mea. Nu mi-am făcut datoria... și când lucrurile s-au liniștit, papa era mort.

Sunt superstițiile ceva rău? Doar în sensul că dacă sunteți atenți la sare și la pisici puteți să pierdeți lucruri mai importante. Sau dacă aveți impresia că ghinionul dumneavoastră se datorează oglinzii pe care ați spart-o anul trecut s-ar putea să nu căutați cauzele reale, în legătură cu care ați putea face ceva. Poate vă miroase gura!

Cum se nasc superstițiile? În diferite feluri. Pot fi inventate ca glume sau șotii sau cineva observă un model aparent în evenimente întâmplătoare – originea inițială nu contează atât de mult ca motivul pentru care se perpetuează.

Superstițiile se perpetuează pentru că au ce le trebuie din punctul de vedere al unei meme: componenta <i>asigurare ieftină</i> a superstiției ne acționează resorturile potrivite.

Le dăm atenție. Și din moment ce există puține lucruri despre care ne place să vorbim mai mult decât despre pericol, transmitem superstițiile fără nicio problemă. Așa că ele devin viruși ai minții, care ne distrag atenția, ne afectează comportamentul și ne programează să-i dăm și altora.

Am dat peste ceea ce poate fi originea unei noi superstiții în timpul turului pe care l-am făcut în țară pentru a-mi promova prima carte, *Getting Past OK (Dincolo de OK)*. În trei orașe separate am auzit zvonuri că bandele de tineri au un nou ritual de inițiere. Un grup de tineri trebuie să meargă după lăsarea întunericii într-o mașină cu farurile stinse. Primul Bun Samaritean care semnalizează pentru a le arăta că au farurile stinse trebuie urmărit și ucis.

Pericol! Criză! Și, desigur, asigurare ieftină: nu semnaliza cu farurile și ești în siguranță. Povestea pare să fi fost o păcăleală, rezultat al unei serii de mesaje trimise prin fax la posturile de radio și televiziune din țară, dar are toate elementele unei legende urbane sau superstiții. N-aș fi surprins dacă peste 50 de ani aș vedea oameni care ar evita să semnalizeze cu farurile așa cum evită să calce pe o crăpătură în trotuar, fără a avea însă decât o vagă idee despre originea superstiției.

Tendința genetică pe care o avem să dăm de știre despre situațiile periculoase ne-a oferit avantaje cu mult timp în urmă. Dar odată ce mecanismul acesta s-a format, a deschis porțile pentru ca superstițiile individuale să poată ocupa partea cea mai bună din mințile noastre.

Există un pericol major legat de faptul că ne trăim viața în acest respect depășit pentru frică și pentru memele legate de ea: acela de a lua decizii proaste bazate pe teamă. Pentru că reacția noastră

instinctivă este de a da acestui sentiment mult mai multă greutate decât merită în existența noastră modernă, adesea pierdem ocazii importante.

Depășirea fricii

Tendința noastră de a reacționa exagerat la pericolele „culturale” nu e valabilă doar în cazul superstițiilor, ci și în cazul multor altor lucruri de care ne temem în viața de zi cu zi: dezaprobarea celorlalți, eșecul, respingerea etc. Totul se reduce la faptul că mecanismele noastre de reacție la frică sunt calibrate încă la fel cum erau când lumea era plină de amenințări reale la adresa supraviețuirii și reproducerii noastre.

Înainte existau multe motive bune pentru care oamenilor să le fie frică. Acum nu mai există.

Pentru ca să ne putem învinge frica trebuie să învățăm să gândim de câte ori ni se face frică în loc să reacționăm instinctiv. Eu personal raționez astfel:

Mi-e frică. E vorba de vreun pericol fizic? Nu. Ei bine, de câte ori iau o hotărâre bazată pe frică, e cel mai adesea o hotărâre proastă, deci o să las deoparte frica și o să mă întreb: „Care e scopul meu în această situație?” O să iau o decizie bazată în mod conștient pe ceva ce mă ajută să îmi ating scopul și nu una bazată inconștient pe dorința mea instinctivă de a mă feri de frică.

Sună oarecum stângaci și aiurea? În ceea ce mă privește, acest raționament a fost esențial pentru depășirea tracului și formarea mea ca vorbitor în public. După o vreme, a devenit o a doua natură și n-am mai avut nevoie să mă gândesc la toate cuvintele; doar mi-am creat un nou mod de gândire inconștient – o memă-strategie – care mi-a sprijinit programul meu și nu pe cel preistoric al ADN-ului meu. Logica este un lucru minunat. Un adevăr plictisitor rareori predat în seminariile despre atingerea succesului este că o gândire clară, logică și truda depusă pentru realizarea a ceea ce-ți propui au un rol important în acest sens.

Evoluția genetică ne-a dat *tendința* de a acorda atenție anumitor meme. Observați că am spus „tendință”, nu „ordin”. Avem capacitatea de a ne depăși în mod conștient programarea genetică și chiar pe aceea ca, în timp, să ne reprogramăm astfel încât, inconștient, să acordăm atenție altor lucruri, dacă decidem că sunt mai importante.

Deci, dacă efectele pe care le are asupra noastră moștenirea noastră animală ar fi doar acestea, n-ar fi prea rău. Am putea trece prin viață chicotind din când în când, atunci când observăm că atenția ne este atrasă într-una din aceste direcții genetice. Cel puțin am fi

siguri că, deși ne ignorăm o parte din pornirile conștiente, contribuim la evoluție. Asta presupune că ne pasă dacă avem și alt scop în viață în afară de supraviețuire. Dacă doar vrem să supraviețuim, suntem în formă excelentă – vom supraviețui până la moarte – și putem închide cartea chiar acum. Selecția naturală ne va alege genele sau nu, după cum dorește. Apropo, dacă doriți să vă puneți viața în slujba genelor dumneavoastră, vă dau o idee: ele vor să aveți cât mai mulți copii.

Pentru noi ceilalți, însă, nu se termină aici. Amintiți-vă, încă mai trebuie să discutăm despre virușii minții. Și acum că știm care sunt resorturile pe care le pot acționa memele, hai să vedem cum suntem programați.

Capitolul opt Cum suntem programați

„Pe lumea asta sunt două tipuri de oameni: cei care atunci când intră într-o cameră dau drumul la televizor și cei care atunci când intră într-o cameră sting televizorul”.

Raymond Shaw, protagonistul filmului *Candidatul manciurian*

Acesta este capitolul pe care îl așteptați cu toții. Capitolul despre cum să-i manipulați pe ceilalți, folosind memele și resorturile genetice pentru a-i face să acționeze cum vreți dumneavoastră. Ha-ha.

Știți ce este o memă: un gând, o convingere sau o atitudine pe care o aveți în minte și care se poate transmite de la o persoană la alta. Știți că noi, ființele umane, reprezentăm mediul în care evoluează memele. Înțelegeți cum lucrează evoluția prin selecție naturală – supraviețuirea celui mai adaptat. Și ați văzut cum evoluția noastră genetică ne-a înzestrat cu *resorturi*: tendințele de a acorda atenție specială anumitor lucruri – mai ales pericol, hrană și sex – care ne-au ajutat să supraviețuim și să ne reproducem în vremurile preistorice.

Acum urmează partea înspăimântătoare, deranjantă.

Memele ne pătrund în minte fără a avea permisiunea noastră. Ele devin parte a programării noastre mentale și ne influențează viața fără ca noi să fim măcar conștienți de acest lucru.

În acest capitol, voi arăta cum suntem programați cu noi meme și voi începe să discut ce putem face pentru a evita infectarea cu o programare nedorită.

Infectarea cu meme

Există trei modalități prin care suntem infectați cu noi meme. Voi prezenta acum pe scurt aceste modalități, urmând să vorbesc despre

ele în detaliu mai târziu.

— Prima modalitate prin care suntem infectați este **condiționarea** sau repetiția. Dacă ni se repetă ceva de suficient de multe ori, devine parte din programarea noastră. Agenții de publicitate și comisvoiajorii știu asta foarte bine. Orice carte bună despre vânzări vă va spune că majoritatea clienților nu cumpără decât după ce au fost invitați să o facă de cinci până la șapte ori. De atâtea repetări este nevoie pentru a implanta mema *Cumpără-mă* în mintea clientului.

— A doua modalitate este un mecanism cunoscut sub numele de **disonanță cognitivă**. Când ceva nu are sens, mintea noastră se străduiește să-l *facă* să aibă.

Imaginați-vă, de exemplu, că un prieten este supărat pe dumneavoastră, dar nu știți de ce. Aveți două meme care sunt în conflict unul cu celălalt – care sunt incompatibile: *prieten* și *supărat pe mine*. Rezolvați conflictul, sau disonanța, creând noi meme, rearanjându-vă programarea memetică astfel încât lucrurile să aibă din nou sens. A, *Bill e supărat pentru că el a făcut cinste cu prânzul la ultimele trei întâlniri*, ați putea concluziona. Fie că aveți sau nu dreptate, aveți acum o nouă memă despre Bill și prânz, care vă va influența comportamentul în viitor.

Am auzit că se spune că geniile își dezvoltă cele mai strălucite idei originale prin disonanță cognitivă autoimpusă. Așa cum ați putea ghici atunci, ca metodă de programare este deosebit de eficientă pentru persoanele inteligente pentru că ajungeți să credeți că noua memă este ideea dumneavoastră proprie.

— A treia modalitate prin care noile meme pătrund în mintea noastră este profitând de resorturile noastre genetice în maniera **Calului Troian**. Așa cum am văzut, datorită naturii noastre, avem tendința de a acorda atenție specială anumitor lucruri, cum ar fi avertismentele de pericol, plânsetele copiilor sau atractivitatea sexuală. Suntem sensibili la multitudinea de meme care ne acționează resorturile pentru a ne atrage atenția și care apoi strecoară și alte meme împreună cu ele.

Programarea cu noi meme nu este același lucru cu infectarea cu un virus al minții aflat în deplinătatea puterilor sale, dar virușii minții profită de una sau de toate aceste metode pentru a face o incursiune inițială în mintea noastră. La sfârșitul acestui capitol, voi pune totul cap la cap și voi arăta cum aceste componente diverse se combină pentru a forma viruși ai minții.

Condiționarea

Condiționarea – programarea prin repetiție – este cea mai simplă modalitate prin care puteți să vă însușiți meme care nu acționează

niciunul din resorturile dumneavoastră. De exemplu, dacă vreți să învățați franceză, ascultați casete cu persoane care vorbesc această limbă, în timp ce studiați vocabularul. La început vi se pare că oamenii respectivi își dreg glasul și gem, dar după ce ascultați de mai multe ori începeți să fiți programați cu meme-distincții. Curând veți începe să distingeți cuvinte și propoziții acolo unde înainte nu înțelegeați nimic.

Mai țineți minte cum era în școala primară? Când ați învățat să citiți și să scrieți? Când ați învățat tabla înmulțirii? Eu am două amintiri din clasa întâi. Prima este că mă plictiseam îngrozitor făcând întruna probleme de aritmetică. Cealaltă este că mă simțeam incredibil de frustrat că învățătoarea citea întruna aceeași pagină din *See Spot Run* (*Uite cum aleargă Spot*). Frustrat sau plictisit, n-avea importanță: condiționarea prin repetiție a avut efect.

Programarea prin condiționare din școala generală nu s-a limitat doar la citit, scris și aritmetică. Juram credință steagului Statelor Unite ale Americii în fiecare dimineață. Repetiție. Condiționare. Și există un lucru pe care toți americanii nativi îl știu cu siguranță: Statele Unite reprezintă o singură națiune, indivizibilă, care garantează libertatea și dreptatea tuturor indivizilor. Nu?

Patriotismul acesta nu a apărut spontan la fiecare dintre noi din natura noastră spirituală: așa am fost programați! Și nici nu ne-a fost prezentat în mod logic, rațional: doar am repetat jurământul și l-am ascultat de mai multe ori și – pac! – a devenit una din convingerile noastre, din valorile noastre, din memele noastre. Cei care stau mult la închisoare pot deveni „instituționalizați” – devin atât de dependenți de cultura din închisoare încât nu mai vor să iasă. De îndată ce sunt eliberați, încearcă să ajungă iar la închisoare. Nu avem de ce să credem că condiționarea pe termen lung a unei slujbe proaste sau a unei căsnicii nereușite nu are același efect.

Prin intermediul condiționării prin repetiție copiii sunt programați cu credințe religioase. Oricare ar fi religia, ei ajung de la zero la credință deplină, sau cât de „deplină” se poate, după ce li se spune despre originea divină a lui Dumnezeu sau a lui Iisus sau a lui David Koresh până când sunt programați cu memele respective.

Dacă ascultați de multe ori discursul religios, după mai multe repetiții, începeți să observați lucrarea divină și pe Dumnezeu acolo unde înainte nu era decât viață haotică. Ceea ce înainte era întâmplare devine miracol. Ce era durere e acum Karma. Ce era natură umană devine păcat. Și indiferent dacă aceste meme religioase sunt prezentate ca Adevăr sau mitologie alegorică, dumneavoastră sunteți condiționat în același mod.

Puteți fi condiționat, prin repetiție, să vă însușiți noi meme-distincții care fac ca realitatea să vă pară diferită și vă

oferă dovezi care mențin respectivele meme-distincții.

În psihologie, cuvântul *condiționare* se referă adesea la implantarea de meme-asocieri. Câinele lui Pavlov a fost *condiționat* să asocieze clopoțelul care suna cu hrana. Când compania Coca-Cola plătește milioane de dolari pentru ca să vă prezinte tineri îmbrăcați în costume de baie distrându-se în timp ce le beau produsele, vă *condiționează* să asociați marca lor cu senzația de bine. Repetarea reclamei respective creează în mintea dumneavoastră meme-asocieri astfel încât, atunci când treceți cu căruciorul de cumpărături pe lângă raftul cu sucuri simțiți dorința irațională de a cumpăra Coca-Cola. E posibil să reușiți să ignorați dorința respectivă dacă vă propuneți asta în mod conștient sau dacă aveți alte meme mai puternice, dar această dorință stă la baza ideii lor²⁸, altfel n-ar mai cheltui banii.

Există și un termen pentru folosirea repetiției în scopul creării de meme-strategii: *condiționare operantă*. Vizionarea reclamelor sau auzirea sunetului clopoțelului este pasivă; nu implică niciun fel de activitate sau strategie. Atunci când vă purtați într-un anume fel și sunteți răsplătit pentru asta, acest lucru se numește condiționare operantă. Răsplata creează și întărește meme-strategii.

Exemplul clasic de condiționare operantă este învățarea unui șobolan să alerge printr-un labirint. La început, șobolanul doar umblă pe acolo. Dar curând descoperă că există o bucată de brânză ascunsă într-un colț – o recompensă. Șobolanul învață rapid să alerge direct la brânză în loc să hoinărească fără rost.

Folosim mereu condiționarea operantă în cazul copiilor: le dăm note la școală, îi laudăm când fac lucruri care ne plac. Repetarea acestor recompense îi condiționează pe copii să se comporte într-un anume fel. Creează și întărește meme-strategii care, dacă suntem buni părinți și profesori, îi vor ajuta să-și găsească fericirea ca adulți.

Totuși, condiționarea operantă poate fi folosită și în alte scopuri decât îndrumarea cuiva spre găsirea fericirii. De câte ori sunteți într-o situație repetată în care puteți obține o recompensă pentru un anumit comportament, sunteți condiționat.

Dacă sunteți în situația de a fi răsplătit pentru un anume comportament, gândiți-vă cu ce meme vă programează respectiva condiționare operantă. Servesc aceste meme scopurilor dumneavoastră?

Disonanța cognitivă

O altă tehnică de programare creează presiune mentală și apoi o înlătură – *disonanța cognitivă*. De ce există tactici de vânzare care presează clientul, chiar dacă oamenii le disprețuiesc? Ca și în cazul celorlalte „de ce”-uri din memetică, răspunsul este: *pentru că meme*

lor se răspândesc cu ușurință. Agenții de vânzări sunt infectați cu mema *vânzărilor sub presiune* și se comportă în consecință, indiferent dacă aceasta este sau nu cea mai eficientă metodă pe care o au la dispoziție. Nu există nicio îndoială însă în privința faptului că uneori funcționează pentru unele persoane.

Vânzările sub presiune funcționează făcându-vă să vă simțiți stânjenit – creând disonanță cognitivă. Intrați în această situație având câteva meme-strategii care vă fac să rezistați imboldului de a cumpăra: poate ceva de genul *Uită-te înainte de a sări* sau *Mai studiază piața înainte de a cumpăra*. Agentul de vânzări vă programează cu o memă care vă tentează să cumpărați imediat: *Dacă nu cumpăr acum, voi pierde o ocazie* sau chiar *Dacă cumpăr acum, agentului de vânzări îi va plăcea de mine*.

Aceste noi meme intră în conflict cu cele vechi și creează o tensiune mentală. Minteă dumneavoastră vrea să rezolve conflictul. Face acest lucru creând o nouă memă.

Există două metode de a înlătura tensiunea creată de disonanță cognitivă: să cumpărați sau nu. Dacă nu cumpărați, probabil că ați rezolvat disonanța creând o memă ca *Agentul de vânzări e un dobitoc*. Dar unii oameni cumpără, creându-și o memă de genul *Chiar vreau să cumpăr acest obiect*. Odată ce creați această memă, e a dumneavoastră, iar un agent de vânzări deștept îl va întări spunându-vă că ați luat o decizie bună și chiar sunându-vă după câteva zile pentru a vă felicita pentru noua achiziție.

Disonanța cognitivă poate fi folosită pentru a crea o memă de supunere și loialitate față de autoritatea care provoacă disonanța. Fraternitățile, centrul de pregătire al recruților în marină și unele discipline spirituale sau religioase supun oamenii la teste dificile și pot pretinde demonstrații de loialitate înainte de a scădea presiunea. Astfel se creează o memă-asociere între demonstrația de loialitate și sentimentul plăcut creat de înlăturarea presiunii.

Datorită disonanței cognitive, oamenii sfârșesc prin a crede că au primit ceva de valoare, ceva ce merită loialitatea lor, când în realitate tot ce se întâmplă este că cei care îi chinuie se opresc.

Prin această metodă prizonierii de război sunt programați să se supună și să le fie loiali celor care i-au capturat.

Un rezultat interesant al cercetărilor în domeniul disonanței cognitive este că aceasta funcționează mai bine – creează meme mai puternice – dacă recompensa se acordă doar din când în când decât atunci când se acordă tot timpul. Asta se poate întâmpla pentru că amânarea acordării recompensei adaugă disonanța cognitivă la condiționarea operantă. Deci, un programator memetic care vă manipulează cu adevărat va amâna de cele mai multe ori să vă acorde recompensa chiar dacă vă achitați foarte bine de sarcinile ce vi se cer,

întrucât știe că acest lucru va crea o programare mai puternică.

Ramificațiile acestei cercetări sunt interesante. Mulți oameni spun că profesorii care au avut un rol important în educația lor sunt cei care dădeau note mici – cei care dădeau mai rar note maxime. Nota maximă obținută ocazional întărește mema *Muncește mult* mai bine decât notele mari obținute în mod constant, întrucât adaugă disonanță cognitivă. Talk-show-urile sunt pline de oameni care rămân implicați în relații despre care spun că sunt îngrozitoare – poate condiționarea și disonanța recompensei ocazionale dintr-o relație oribilă întărește mema-strategie *Rămâneți împreună* mai mult ca într-o relație care merge bine în majoritatea timpului!

Caii troieni

Metoda de programare a Calului Troian funcționează făcându-te să dai atenție unei meme, care apoi aduce cu el și alte meme. Dacă sunteți o persoană inteligentă, educată poate vă gândiți: „Uau! Trebuie să fii foarte credul să crezi asta!” Spuneți asta troienilor.

Există un număr mare de mecanisme de grupare a memelor. Pentru început, un cal troian poate profita de resorturile dumneavoastră instinctive, acționându-le pentru a vă atrage atenția și a strecura apoi alt program. Cel mai simplu exemplu de cal troian care acționează resorturile este truismul publicitar „Sexul vinde”. De ce vinde sexul? Pentru că vă acționează resorturile, vă atrage atenția și acționează ca un cal troian pentru alte meme care se află în reclama respectivă. Desigur, *pericolul, hrana, criza, ajutarea copiilor* și celelalte resorturi vând și ele, dar nu la fel de bine ca sexul. Mai multe despre asta în Capitolul 9.

Un cal troian poate profita și de memele-strategie cu care sunteți programați în prezent și care sunt legate de învățat și de convingerile dumneavoastră. De exemplu, cei care au mema-strategie *Dacă am încredere în cineva, cred ce spune persoana respectivă* sunt susceptibili la o nouă programare memetică venită de la oamenii în care au încredere. Cei care au mema-strategie *Cred ceea ce e compatibil cu ce știu; sunt sceptic în privința tuturor celorlalte lucruri* sunt susceptibili la o nouă programare memetică ce pare compatibilă cu ce știu deja. Dacă sunteți programat să *credeți ce spune X pentru că reprezintă vocea lui Dumnezeu* – unde X este o persoană, o carte sau chiar o practică în genul meditației – sunteți programat cu ușurință și cu alte meme care vin de la X.

Cea mai simplă tehnică de grupare a memelor, folosită frecvent de politicieni și avocați, este recitarea lor unul după altul, în ordinea descrescătoare a credibilității. Credibilitatea primelor afirmații pare să se transmită și celor fără bază reală. De exemplu:

Vrem libertate!
Vrem democrație pentru toată lumea!
Vrem ca fiecare american să aibă posibilitatea
să atingă Visul American!
Și vrem un sistem național de sănătate
care să facă acest lucru posibil.

Acesta este un șir de afirmații care încearcă să ne convingă că managementul sistemului de sănătate are vreo legătură cu libertatea, democrația sau Visul American, iar juxtapunerea afirmațiilor în acest fel pare să înlăture scepticismul natural al oamenilor.

Memele discutabile din finalul discursului pătrund în mintea dumneavoastră prin intermediul calului troian al memelor acceptabile de la început.

Îmbinarea afirmațiilor ca în acest exemplu este o formă de tehnică de *Programare Neuro-Lingvistică* (NLP) cunoscută sub numele de *încastrare*, gruparea memelor cu scopul de a-i face pe oameni mai sensibili la acțiunea lor.

O tehnică NLP înrudită este *ancorarea*: luarea unor imagini, sunete sau senzații și relaționarea lor cu idei cu care nu au în mod normal nicio legătură. De exemplu, un candidat politic care arată spre sine când vorbește despre un viitor roz și spre contracandidatul lui când prevede dezastre ancorează sentimente pozitive de el însuși și negative de contracandidatul său. Îmbinarea repetată a gesturilor cu sentimentele pozitive sau negative creează în mintea dumneavoastră meme-asociere, care vor influența mai târziu modul în care veți vota.

Puteți folosi ancorarea de dumneavoastră pentru a vă produce bună dispoziție și entuziasm! Închideți ochii și imaginați-vă o perioadă când erați entuziasmat și motivat. Creați o imagine mentală vie. Acum, când sunteți afundat în acel sentiment de motivare, zgâriați-vă ușor vârful degetului inelar cu unghia de la degetul mare. Ancorați astfel starea de spirit de senzația respectivă.

Deschideți ochii și reveniți în prezent. Repetați operațiile de câteva ori pe o perioadă de câteva zile sau săptămâni și veți constata că data următoare când veți vrea să vă motivați rapid, va fi suficient să vă zgâriați ușor vârful degetului inelar cu unghia de la degetul mare.

Așa cum se întâmplă cu multe din tehnicile descrise în acest capitol, încastrarea și ancorarea sunt foarte folosite pe scară largă de agenții de vânzări cu experiență. De fapt ideea de bază în vânzări este să influențezi convingerile oamenilor – să-i infectezi cu anumite meme – pentru a obține un câștig economic direct. E normal să vedem multe tehnici eficiente de răspândire a memelor folosite de agenții de vânzări; din acest motiv, multe din exemplele din acest capitol sunt legate de vânzări.

Vânzarea și programarea

O formă eficientă de încadrare folosită frecvent în vânzări este tehnica de punere de întrebări. Unul din primele lucruri pe care le învățați dacă faceți un curs bun de tehnici de vânzare este că dumneavoastră trebuie să fiți cel care pune întrebările. Trebuie să controlați interacțiunea punând întrebările potrivite și conducând... clientul pe cărarea ce duce la vânzare. De ce?

Din exact același motiv pentru care un avocat pune unui martor întrebări precise în loc să-i spună: „Ăăă, aveți ceva să ne spuneți despre pretinsa infracțiune?” Avocatul are o idee pe care vrea s-o demonstreze și face tot posibilul pentru a crea un context care să sprijine ideea respectivă. Dacă ați urmărit L.A. Law sau Perry Mason, atunci știți că există reguli în justiție care le interzic avocaților să meargă prea departe în construirea contextului respectiv. Judecătorul nu va permite o întrebare de tipul: „L-ați văzut pe nenorocitul de inculpat care se gândea Hei, asta pare o casă bună de jefuit pândind din tufișuri?”

De ce nu? Pentru că această întrebare ajută prea mult la construirea contextului. Punând-o, avocatul creează imagini mentale și atitudini în mintea juriului. Folosește încadrarea pentru a crea meme în mintea cuiva fără ca persoanele respective să fie conștiente de asta. Și asta este exact ce face și agentul de vânzări, fără a fi însă constrâns de vreo regulă de tribunal, cu... ăăă... cu dumneavoastră.

Punerea de întrebări este o metodă de tip cal troian pentru infectarea oamenilor cu meme.

Agenții de vânzări din domeniul imobiliar sunt învățați să folosească adresarea directă cât de mult posibil. „N-ați vrea să urcați și să vă vedeți dormitorul principal?” Chiar și numai punând întrebarea, creează și întăresc în mintea dumneavoastră ideea că sunteți proprietarul casei. Vă programează cu o memă-asociere. Destul de aiurea, nu?

Desigur, dumneavoastră nu aveți nevoie să puneți întrebări pentru a întări aceste imagini mentale. „Oo, uitați – șemineul dumneavoastră”. „Ați putea dărâma acest zid pentru a mări camera de joacă a copiilor”. „Aici e intrarea în garajul în care vă puteți parca ambele mașini”. Acestea sunt toate încadrări. Toate ajută la crearea de meme, iar agenții de vânzări deștepți știu că punerea de întrebări, mai ales de întrebări al căror răspuns este da, îi ajută să vândă. Deci o altă tehnică este să adauge o mică întrebare la sfârșitul acestor afirmații pentru a vă programa cu mema-strategie de a spune da:

„Dormitorul acesta e minunat, nu-i așa?” „Este exact ce căutați, nu?” „Îmi place la nebunie cum se vede, dumneavoastră nu?”

Chiar actul de a pune oamenilor o întrebare poate să-i

facă să-și creeze sau să-și întărească o memă. Dacă punem suficient de multe întrebări potrivite putem face pe cineva să-și schimbe sistemul de convingeri și, prin urmare, comportamentul.

Influențarea comportamentului oamenilor, desigur, este exact ideea de bază în vânzare: vreți să influențați pe cineva să cumpere ceea ce vindeți dumneavoastră. Dacă sunteți agent de vânzări, probabil ați folosit aceste tehnici ani de zile, fără a ști întotdeauna de ce dau rezultate.

Crearea de valori

Cheia vânzărilor eficiente este să găsești ce i se pare clientului valoros la produsul tău și să-i întărești mema respectiv. Acum, ce i se pare valoros *clientului* poate să nu aibă nicio legătură cu ce i se pare valoros *vânzătorului*. Dacă sunteți un bun agent de vânzări și vindeți un tablou de Picasso cuiva căruia îi place pentru că se asortează cu porțelanul, nu-i veți spune că nu de aceea trebuie să-i placă! îi veți vinde încă un Picasso din Perioada Albastră pentru că se asortează cu fața de masă.

Slujba agentului de vânzări este să creeze în mintea clientului o memă care spune *Cred că o să cumpăr lucrul acesta*. Cei mai buni agenți nu privesc vânzarea ca pe o relație de adversitate, ci ca pe o situație în care câștigă ambele părți. Clientul primește ceva ce-și dorește, iar agentul primește comisionul. Așa că vânzătorul va încerca să vă facă să vă dați seama de ce doriți produsul respectiv și să vă creați meme care vă întăresc convingerea că produsul e de valoare.

Tehnica punerii de întrebări merge bine și în cazul acesta. Cineva care se uită prin magazin poate pleca fără să cumpere nimic. Dar dacă apare un vânzător și întreabă: „Pot să vă ajut cu ceva?” există șansa ca persoana respectivă să numească un obiect pe care îl caută. Chiar și dacă spune doar: „Mă uit la lămpi” clientul își accentuează ideea că vrea o lampă.

Atunci vânzătorul continuă: „Căutați o lampă care stă pe podea, una de masă sau de perete?” Oricare este răspunsul, clientul are acum o viziune mai clară asupra a ceea ce-și dorește, iar sentimentul lui că realizează ceva important dacă chiar cumpără sporește.

Pe măsură ce întrebările devin din ce în ce mai specifice și pe măsură ce clientul își dă seama mai bine ce vrea, crește posibilitatea realizării unei vânzări. Acum vânzătorul poate să se intereseze și de alte aspecte pe care le poate valorifica: „Pentru ce cameră este lustra?”, „Doriți să înlocuiți lustra pe care o aveți acum acolo?”, „Am observat că femeile frumoase sunt atrase de bărbați care au lustre drăguțe, dumneavoastră nu?”

Cu ceva timp în urmă, am primit un telefon de la un post local de radio, care pretindea că face un sondaj. Am fost de acord să vorbesc cu ei și conversația a decurs cam așa:

Vă place să ascultați muzică din anii '70, 80 și 90? Sigur.

Știați că KXYZ difuzează cele mai bune melodii din anii '70, 80 și 90?

Ăăă... nu, dar cred că știu acum.

Din moment ce vă place să ascultați cele mai bune melodii din anii '70, 80 și 90, veți asculta KXYZ mai des, la fel sau mai rar de acum încolo?

Ăăă... probabil că mai des.

De obicei recomandați posturile de radio pe care vă place să le urmăriți și prietenilor?

Da, uneori. Spuneți, ce fel de...

Acum că știți că KXYZ este cel mai bun post de radio care difuzează cele mai bune melodii din anii '70, 80 și 90, e posibil să îl recomandați prietenilor dumneavoastră?

Ăăă... poate...

De fapt, vreți să faceți o reclamă de o pagină în *Seattle Times* în care să spuneți lumii ce minunat este KXYZ și cum ar trebui să fie ascultat tot timpul?

Hei, așteptați o clipă...

O zi bună. Pac.

Uau! Minunat, nu? Vă bucurați că ați cumpărat acest exemplar din *Virusul minții*, nu? Lectura *Virusului minții* vă poate îmbunătăți calitatea vieții, nu-i așa? O să laudați *Virusul minții* la toată lumea cu care o să vă întâlniți, nu? *Virusul minții* ar fi un cadou minunat, nu? Ha-ha.

Încheierea: întrebarea de aur

Din moment ce vânzările creează meme în mintea clienților – adică îi programează, dar la un nivel mai scăzut –, haideți să continuăm să studiem metodele de vânzare. Mema preferată a unui vânzător este, desigur, „Da, îl/o cumpăr”. Punerea unei întrebări care duce la crearea memei respectiv se numește *încheiere*. Există tot felul de modalități de încheiere. Se împart în trei categorii: *directe*, *subînțelese* și *prezumtive*. Toate au același scop: să creeze mema *da* în mintea clientului.

Încheierea directă include o solicitare deschisă de vânzare, fie ea de încercare sau fățișă:

● Vă gândiți să cumpărați exemplare din *Virusul minții* și pentru alte persoane?

● Sunteți dispus să sunați zece oameni și să-i avertizați în legătură cu pericolul pe care îl reprezintă virusii minții?

●Există oameni pe care îi cunoașteți și care *au nevoie* să citească *Virusul minții* chiar acum. Duceți-vă *chiar acum* la librărie și cumpărați-le un exemplar. Bine?

O altă modalitate de încheiere a vânzării este prin metoda subînțeleasă. Această metodă ocolește detectorul de presiune al clientului, dând impresia că solicitarea nu-i este adresată lui:

●Când o să citiți *Virusul minții* o să vedeți că o să vreți să povestiți tuturor despre ea!

●Am auzit un cuplu în care soția spunea soțului: „Tuturor celor cărora vrei să le faci cadouri de Crăciun ar trebui să le cumperi câte un exemplar din *Virusul minții*”.

●Îmi mângâiam câinele zilele trecute, când m-am gândit: „Chiar ar trebui să te duci în câteva din librăriile din oraș ca să vezi dacă expun *Virusul minții* cum trebuie”.

Al treilea mod de a încheia o vânzare este prin folosirea *încheierii prezumtive*. Încheierea prezumtivă *presupune* că clientul deja a luat o hotărâre și îl păcălește să-și creeze mema *da*:

●Ați vrea să vă trimitem aceste exemplare din *Virusul minții* prin Priori Post sau prin Fourth-Class Book Rate?

●Plătiți cu Visa sau Mastercard?

●Mai doriți să cumpărați un exemplar din *Virusul minții* și pentru altcineva?

Oamenii folosesc încheierea pentru a vinde și alte lucruri în afară de produse și servicii. Un prieten, fost misionar mormon, mi-a povestit despre o practică pe care o numeau „punerea întrebării de Aur”. În cazul lui, întrebarea de Aur era: „Deci, sunteți gata să-L acceptați pe Iisus ca Salvatorul vostru?” Vânzarea de concepte – de grupări de meme – oamenilor poate să aibă o influență mai mare asupra vieții lor decât vânzarea unui aspirator cu adevărat extraordinar.

Când vindeți oamenilor o grupare de meme îi puteți programa să-și petreacă restul vieții purtându-se așa cum vreți dumneavoastră.

Căsătoria este o astfel de grupare memetică în care te angajezi după ce pui o întrebare de Aur. Căsătoria nu există ca realitate fizică. Este doar o programare a dumneavoastră cu meme noi. Este adoptarea de meme-distincție pentru *cuplu căsătorit* și *familie*. Este adoptarea de meme-strategie cum ar fi *Stați împreună*, *Aveți grijă unul de altul*, *Sacrificiu* și așa mai departe pentru a menține căsnicia. Este adoptarea unui întreg set de meme-asociere care leagă diverse sentimente și idei de căsătorie, angajare și familie. În ziua de azi, este ceva obișnuit ca două persoane care se căsătoresc să aibă programări incompatibile referitoare la căsătorie – meme-strategie conflictuale sau meme-distincție incompatibile una cu cealaltă. Un consilier matrimonial

memetic le poate identifica și poate permite cuplului să se reprogrameze cu meme compatibile.

Relații bune și oglindire

Este mai probabil să cumpărați o memă care pare dubios, cum ar fi o mașină ce nu arată prea bine, de la un amic decât de la un străin, nu? Ei bine, un agent de vânzări bun știe acest lucru și va face tot posibilul să creeze în mintea dumneavoastră mema *amic*.

Cum să câștigi încrederea și să construiești o relație bună cu un client este unul din cele mai fierbinți subiecte abordate în cărțile și seminariile despre vânzări. Cea mai recentă metodă este să ocolești gândirea conștientă și să folosești tehnici NLP²⁹ pentru a crea o relație bună. Majoritatea oamenilor n-au nici cea mai mică idee despre ce se întâmplă când vânzătorii fac acest lucru, dar dacă știți ce fac puteți să vă distrați.

Una din tehnicile de bază se numește *oglundire*. Dacă e prima dată când citiți despre asta, o să vi se pară o prostie și n-o să credeți că oricine poate face acest lucru ridicol și să aibă succes, dar, credeți-mă, se practică și chiar funcționează.

Oglundirea este imitarea limbajului corporal al altcuiva.

Dacă ea se așază picior peste picior, te așezi și tu la fel. Dacă ea stă cu mâinile încrucișate, stai și tu la fel. Dacă ea își înclină capul într-o parte și-și încrețește nasul, îți înclini și tu capul într-o parte și-și încrețești nasul. Pare amuzant, nu?

Dincolo de a imita doar poziția, cineva care oglindește comportamentul va ajunge să simtă ritmul mișcărilor oamenilor, al discursului lor, structura stilului lor conversațional. Dacă poți imita toate acestea, vei fi ca un partener de dans perfect și vei stabili cu celălalt acea relație instantanee care se numește de obicei *atracție reciprocă*. Da, asta funcționează și în cazul cuceririi potențialilor parteneri. Produsul cel mai bine vândut de-a lungul istoriei ați fost *dumneavoastră înșivă*.

Jocurile de încredere

Campionii câștigării rapide a încrederii și creării de relații bune sunt cei care pornesc jocurile de încredere – „artiștii convingerii”. Aceștia vă câștigă încrederea la începutul jocului și apoi vă păcălesc. Lucrează creând o memă în mintea dumneavoastră care spune *Am încredere în ei*.

Există câteva modalități prin care puteți crea mema respectivă: dând impresia de naivitate sau inocență, făcând un gest aparent altruist, dând impresia că faci parte dintr-o organizație care se bucură

de o bună reputație. Cea mai simplă modalitate însă este prin faptul că vă acordă ei încrederea *lor* mai întâi. Dând impresia că au încredere în dumneavoastră, speră că veți avea și dumneavoastră încredere în ei. Apoi vă înhață.

Un astfel de joc comun este jocul de stradă cunoscut sub numele de „Găsește dama”. Jocul pare destul de simplu. Trei cărți de joc – doi ași și o damă – stau una lângă alta cu fața în jos pe masă. Dealerul, un prestidigitator cu experiență care poate învăța cărțile mai repede decât puteți vedea dumneavoastră, le amestecă. Jucătorii pariază că pot găsi dama.

Adevăratul joc, însă, este jocul minții de dincolo de jocul de cărți, iată o variantă:

În timp ce vă apropiați, vedeți un jucător care pare să câștige, găsind dama și câștigând din ce în ce mai mulți bani. Dealerul îl exclude din joc, spunându-i că nu mai poate să joace întrucât e prea bun. Se poate și să-și ia cărțile și să se mute cu jocul câțiva pași mai încolo.

Intrigat, continuați să priviți. În cele din urmă, fostul câștigător se apropie de dumneavoastră și vă șoptește că el știe cum să „găsească dama”, dar nu mai e lăsat să joace. Se oferă să vă dea o parte din bani ca să pariați în locul lui, în schimb, puteți păstra jumătate din câștig. El vă va șopti unde este dama – e imposibil să pierdeți!

După ce câștigați de câteva ori, vă spune că nu vrea să fie prins, dar crede că mai puteți juca o mână. Câți bani aveți? Hai să-i punem pe toți la bătaie, ai dumneavoastră și ai mei, și să le-o facem ăstora!

Păi, de ce nu? El a avut încredere în dumneavoastră – hai s-o facem!

Când pierdeți tot, noul dumneavoastră prieten își exprimă șocul și frustrarea. Chiar îi pare rău. Tocmai atunci cineva strigă: „Poliția!”, iar dealerul își ia masa și pleacă nonșalant. Dacă vă trece prin cap vreo idee vagă să faceți ceva, observați uitându-se la dumneavoastră un individ mare, vânjos care a jucat în echipa de fotbal a închisorii. Ați fost păcălit.

Câștigarea încrederii cuiva este o modalitate eficientă de înlăturare a scepticismului și de a face posibilă programarea persoanei respective cu noi meme.

Virusii minții

Dacă ați fost atenți, știți acum aproape tot ce trebuie să știți despre acțiunea virusilor minții. Înainte de a trece direct la Capitolul 11 și de a afla cum să fondați un cult, haideți să ne oprim un moment să punem totul cap la cap și să vedem ce avem.

Din Capitolul 3, știți că un virus al minții, sau orice virus, necesită

trei lucruri: o metodă de penetrare, o modalitate de a se reproduce exact și un mijloc de a se răspândi către alte minți. Când aveți un concept sau o subcultură sau o dogmă care îndeplinește toate aceste cerințe, aveți un virus al minții.

Dacă la ora actuală credeți în vreun concept, vreo subcultură sau dogmă care îndeplinește aceste cerințe, și nu ați ales în mod conștient să vă programați cu aceste meme, sunteți infectat cu un virus al minții.

Dacă nu sunteți conștient că la ora actuală credeți ceva de genul acesta, asta nu înseamnă neapărat că nu sunteți infectat; ați putea doar să nu fiți conștient că sunteți infectat, iată cum arată o infecție cu un virus al minții:

Penetrarea

Am văzut trei metode de penetrare: repetiție, disonanță cognitivă și Calul Troian. Când faceți o infecție cu un virus al minții, poate semăna cu unul din următoarele scenarii:

— **Repetiția.** Repetarea unei meme până când vă devine familiar și parte a programării dumneavoastră este una din metodele de penetrare a virușilor minții:

- Auzirea aceluiași mesaj de mai multe ori la știri, în reclame, la talk-show-uri radio și așa mai departe;

- Apartenența la un grup sau organizație unde, de exemplu, se citește un statut sau se depune un jurământ la fiecare întâlnire;

- Auzirea aceluiași punct de vedere sau părere de mai multe ori – de exemplu, despre regimul armelor sau avort (dacă nu faceți parte dintre primii infectați, ați putea să auziți același lucru de la mai multe persoane infectate).

— **Disonanța cognitivă.** Dacă sunteți puși într-o situație paradoxală sau neconfortabilă din punct de vedere mental puteți să fiți reprogramat cu noi meme care înlătură stresul mental:

- Trecerea printr-o inițiere sau farsă sau printr-o serie de teste;

- Participarea la un seminar sau curs neplăcut sau care presupune o confruntare și care dă un sentiment de ușurare atunci când se termină;

- Atingerea unui țel sau câștigarea unei recompense după o competiție sau după ce vi s-a spus că nu sunteți suficient de bun.

— **Calul Troian.** Gruparea unor meme mai puțin atractive cu unele mai plăcute:

●Auzirea unui concept care pare în regulă, dar care are unele componente care nu vi se par la fel;

●Auzirea de apeluri la ajutorarea copiilor, soluționarea unei crize, hrănirea celor flămânzi și altele;

●Faptul că vi se cere să credeți ceva ce pare ciudat doar pentru că aveți încredere în persoana respectivă

●Faptul că vi se oferă ocazia de a obține o relație socială sau sexuală mai bună adoptând unele păreri noi.

Aceasta nu este în niciun caz o listă exhaustivă de metode de penetrare ale virușilor minții. Totuși, dacă vreți să vedeți cu ce viruși ai minții sunteți deja infectați, ați putea primi câteva indicii dacă vă gândiți în care din aceste situații ați fost.

Reproducerea fidelă

Un virus al minții are nevoie de o modalitate prin care să se reproducă întocmai – fără deformări sau omisiuni. Aceasta se poate realiza în următoarele feluri:

●Prin insuflarea convingerii că tradiția e importantă. Lucrurile vor continua să fie spuse și făcute la fel cum au fost spuse și făcute în trecut.

●Prin afirmarea că un anumit set de meme reprezintă Adevărul, așa cum spun multe religii despre textele lor sacre. De ce ați vrea să deformați sau să omiteți adevărul?

●Prin înființarea unei structuri care să răsplătească copiarea ad literam și/sau pedepsește modificările. Armata are asemenea structuri care îi condiționează pe oameni să reproducă exact politicile și procedurile.

Ortografia ciudată a limbii engleze se păstrează datorită unei meme generalizate că există modalități corecte și greșite de a ortografia cuvintele. Această memă se sprijină pe tot felul de instrumente, incluzând dicționare, dicționare ortografice pentru calculator și concursuri de ortografiere pentru copii. Dar înainte ca mema-strategie *Folosiiți un dicționar* să devină dominant în secolele 18 și 19, oamenii ortografiau cuvintele cum voiau. Nu e Adevărat că există o singură modalitate corectă de a scrie un cuvânt – acesta e doar o memă. Așa cum spunea Mark Twain: „O minte mărunță nu se poate gândi decât la o singură modalitate de a ortografia un cuvânt”.

Noi *credem* că este Adevărat pentru că toată viața noastră am fost criticați pentru că nu știm să scriem corect – am fost programați. Nu că este vreo problemă cu ortografia consecventă – la urma urmei, îmbunătățește comunicarea –, dar e important să începem să înțelegem că tot ceea ce considerăm Adevărat este alcătuit din meme

și că majoritatea acelor meme au pătruns în mintea noastră prin programare, fără a reprezenta alegerea noastră conștientă.

Orice convingere pe care o aveți în legătură cu faptul că există un mod corect și unul incorect de a face lucrurile poate și va fi utilizat de virușii minții ca parte a mecanismului lor de reproducere fidelă. Țineți minte: „o consecvență prostească”! Consecvența de dragul consecvenței nu are niciun sens. Puneți-vă întrebarea dacă a fi consecvent servește scopului dumneavoastră, cum ar fi comunicarea eficientă, sau dacă tocmai ați fost programat cu mema *Fii consecvent*, care vă lasă la cheremul infectării cu un virus al minții.

Răspândirea

Răspândirea virușilor minții reprezintă partea pozitivă a penetrării. Această secțiune este destinată în special persoanelor care pun lumea în mișcare. Dacă sunteți o persoană influentă sau gălăgioasă, dacă produceți show-uri de televiziune, dacă vorbiți în fața unor grupuri mari, dacă creșteți copii – aș vrea să fiți conștienți de meme pe care le răspândiți.

Normal, un virus al minții care infectează oamenii cu meme ce încurajează în mod explicit răspândirea lui, se va răspândi mai mult și mai repede decât unul a cărui răspândire este lăsată la voia întâmplării. Iată câteva din modalitățile prin care virușii minții încurajează răspândirea:

Programarea dumneavoastră cu o memă ca *Vorbește înainte de a fi prea târziu*, ce vă acționează resorturile *criză* și *oportunitate*.

Programarea dumneavoastră cu o memă care vă face să credeți că dacă îi învățați pe copiii dumneavoastră acest lucru, îi va ajuta.

Programarea dumneavoastră pentru a *evangeliza* virusul. Câteva sinonime pentru *evangelism* sunt *prozelitismul*, *înlocuirea sinelui* și *înregimentarea*.

Evangelismul are un renume prost în anumite cercuri. Paradoxul în legătură cu evangelismul este că, pe lângă că e mecanismul folosit pentru răspândirea virușilor minții, este și principala metodă prin care oamenii pot avea o influență pozitivă asupra lumii. Puteți avea cea mai bună idee din lume, dar dacă n-o strigați în gura mare – n-o *evangelizați* – n-are niciun impact. *Virusul minții* este încercarea mea de a răspândi în mod conștient grupul de meme cunoscut sub numele de memetică, fapt pe care-l consider esențial pentru că ai noștri copii să trăiască într-o lume plină de libertate, creativitate și putere personală. Vă invit să evangelizați cu mine!

Evangelismul este răspândirea intenționată a memelor. Asigurați-vă că meme pe care le răspândiți sunt cele care vreți să circule.

Virusul minții este o instituție culturală care conține toate aceste elemente. De aceea se perpetuează și se replică singur – rezistă în timp și ajunge la mai mulți oameni. Eu numesc instituțiile care au fost create de oameni cu scopul special de a se perpetua și răspândi *virusi proiectați*. Dar cu mult înainte ca cineva să vină cu această idee machiavelică, virusii minții au evoluat singuri, devenind piloni culturali puternici. Numesc instituțiile care au evoluat pe cont propriu, ajungând să se perpetueze singuri, *virusi culturali*.

Capitolul nouă Virusii culturali

„Societatea în totalitatea ei conspiră împotriva umanității fiecăruia dintre membrii săi. Este o societate pe acțiuni, ai cărei membri sunt de acord, pentru a asigura mai bine pâinea fiecărui acționar, să renunțe la libertatea și cultura consumatorului. Meritul în majoritatea cazurilor stă în supunere”.

Ralph Waldo Emerson

Din jocul „telefonul fără fir” știm că este greu să copiem meme cu un procent de fidelitate de 100 %, chiar dacă vrem. Când replicarea se produce cu mici modificări ale replicatorului, iar acești replicatori modificați sunt selectați cumva pentru adaptarea lor, atunci vorbim despre evoluție. Când apare un concept care are toate proprietățile unui virus al minții și începe să se răspândească la nivelul populației, memele care alcătuiesc conceptul respectiv evoluează.

Spre ce evoluează? Ajungem acum la esența modificării de paradigmă: acestor meme, și conceptelor și instituțiilor culturale pe care le alcătuiesc, nu le pasă deloc de dumneavoastră, de mine sau de copiii noștri decât ca vehicule pentru propria lor replicare. Ele nu există pentru a ne îmbunătăți calitatea vieții sau pentru a ne ajuta să ne găsim fericirea. Scopul lor este să se reproducă și să se răspândească cu orice preț.

Toate instituțiile culturale, indiferent de planul sau intenția lor inițială (dacă au avut vreuna), evoluează în direcția îndeplinirii unui singur scop: să se perpetueze.

Cinic? Poate, dar este o concluzie la care nu putem să nu ajungem după tot ce am discutat. Să presupunem că avem 100 de instituții culturale – să zicem organizații non-profit, de exemplu. Ele au grade diferite de eficiență în ceea ce privește misiunile caritabile pe care trebuie să le îndeplinească și, de asemenea, atrag fonduri și voluntari în diferite măsuri. Tocmai această eficiență în atragerea fondurilor și voluntarilor determină capacitatea lor de a continua să existe și de a-și îndeplini scopurile.

După o perioadă de timp – să zicem cinci ani – jumătate din ele se desființează din cauza lipsei de eficiență în găsirea de fonduri și personal. Cealaltă jumătate ori aveau de la început meme care au atras fonduri și personal, ori și le-au dezvoltat în acești cinci ani.

Date fiind resursele limitate din lume și faptul că apar mereu noi organizații, cele care rămân trebuie să își îmbunătățească abilitățile de supraviețuire. Orice utilizare a banilor sau energiei lor în alte scopuri decât supraviețuirea – *chiar și folosirea acestora în scopurile caritabile pentru care au fost create!* – oferă o deschidere unui grup concurent cu care se luptă pentru resurse.

Un prieten de-al meu a încetat recent să doneze bani unui grup ce proteja speciile sălbatice. Îngrozit de cantitatea de corespondență pe care a primit-o din partea grupului după ce a făcut prima donație, a făcut niște calcule rapide. Și-a dat seama că scrisorile pe care i le trimiteau pentru a-i solicita o donație costau mai mult decât dona el anual! A trimis o scrisoare grupului, explicând de ce încetează să-i sprijine.

Dacă doriți să înființați o instituție culturală în ziua de azi, trebuie să știți memetică. Dacă n-o înzestrați cu meme bune care să o ajute să se autoperpetueze din prima zi, ori va dispărea repede, ori va evolua spre a se autoperpetua. Problema e că modul în care evoluează poate face mult rău scopului pe care l-ați avut în vedere la început.

În acest capitol, voi descrie câteva tipuri de viruși culturali – instituții care au deviat de la scopul lor inițial și au ajuns să se autoperpetueze. În capitolul următor, voi studia evoluția celui mai mare dintre virușii culturali: religia.

Televiziunea și publicitatea

Televiziunea este un mediu deosebit de eficient pentru evoluția memelor. Noi show-uri sau reclame pot ajunge la sute de milioane de oameni în același timp. Dacă show-urile au succes – dacă au meme bune –, producătorii sunt răsplătiți cu o grămadă de bani plătiți de sponsori, agențiile de publicitate sunt răsplătite cu mai multe contracte, iar sponsorii vând mai multe din produsele lor. Toate acestea se întâmplă relativ repede, poate în câteva săptămâni sau luni, față de vremea când cultura se răspândea mai ales prin intermediul comerțului sau cuceririlor care aveau loc în zeci sau chiar sute de ani.

În ultimii ani, lumea s-a speriat de așa-zisa publicitate subliminală. Ideea este că agenți publicitari lipsiți de scrupule pun în reclame imagini, voci sau simboluri ascunse cu scopul de a-i manipula pe oameni să cumpere produse pe care altfel nu le-ar cumpăra. Se spune că o companie producătoare de băuturi alcoolice a pus un artist să introducă cuvântul sex în aranjamentul de cuburi de gheață dintr-un

pahar sau că un fabricant de țigări a ascuns cuvântul *moarte* într-o cascadă sau că un aranjament aparent inocent de obiecte formau imaginea unei femei goale și seducătoare.

Toate aceste aspecte ridică o grămadă de probleme, indiferent dacă vedeți sau nu aceste imagini când vă uitați atent la reclamele suspecte.³⁰ Dar presupunând că imaginile subliminale chiar există, cum au ajuns acolo? Chiar există genii rele care râd pe înfundate în spatele aranjamentelor pe care le fac și cu care încearcă să ne manipuleze și să ne înrobească mintea? Sau prezența acestor imagini nu este altceva decât o iluzie ca a lui Charlie Brown care se uită la nori și vede o rățușcă și un căluț?

Desigur, nu am răspuns pentru această întrebare. Dar dacă ne împotmolim la ea, cădem în cea mai mare capcană legată de înțelegerea evoluției culturale. Este capcana în care cad adepții teoriei conspirației, dar și cei care nu țin seama de aceste teorii. Este convingerea greșită că tot ce e complicat trebuie să fie rezultatul unei intenții conștiente.

Lucrurile complicate apar pe cale naturală ca rezultat al acțiunii forțelor evoluției. Nu este necesar să existe vreo intenție conștientă.

Au efect reclamele subliminale? Desigur! Reclamele pot avea părți pe care nu le percepeți în mod conștient, dar care vă atrag atenția în mod inconștient. Dacă reclama acționează mai multe din resorturile dumneavoastră ca rezultat al conținutului subliminal, îi veți acorda mai multă atenție. Acordarea unei atenții sporite este primul pas spre dorința de a plăti mai mulți bani. Poate funcționa și invers: patronii unor restaurante de tip fast-food își pictează pereții în portocaliu pentru că consideră că această culoare creează disconfort subliminal; astfel veți dori să zăboviți mai puțin timp pe acolo și veți lăsa mesele libere pentru noi clienți.

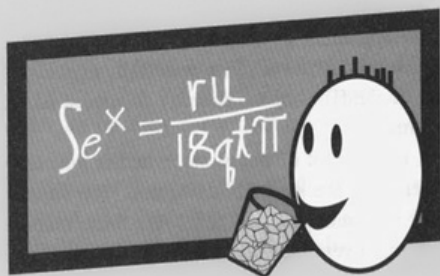
Dar să nu credeți că reclamele subliminale sunt singura problemă: așa cum ar trebui să fie evident pentru toți cei care au urmărit evoluția programelor de televiziune în ultimii câțiva ani, eforturile de a vă atrage atenția nu se limitează la domeniul subliminalului.

Televizorul *ne strigă* zi și noapte toate principalele meme care ne acționează resorturile: Pericol! Hrană! Sex! Autoritate! Nici nu e nevoie să credem că sunt adevărate pentru a ne atrage atenția. Știți vorba aia: „Nu sunt doctor, dar joc rolul unui doctor la televizor”?

Nu doar reclamele, ci și programele evoluează în așa fel încât să pună stăpânire pe o porțiune din ce în ce mai mare din mintea dumneavoastră și a spune că o fac în mod subliminal ar fi un eufemism aproape amuzant. Primii sâni goi din programele americane de televiziune au apărut în *NYPD Blue*. *Baywatch*, un serial cu intrigă puțină, dar multe trupuri dezbrăcate, a devenit cel mai vizionat serial

de televiziune din istorie. Sâni, goi sau nu, atrag atenția bărbaților și, prin urmare, în foarte eficientul mediu evolutiv al televiziunii, tind să apară din ce în ce mai mult. Spectatorul ocazional va observa că includerea sânilor, ca să nu mai vorbim de a restului anatomiei feminine, în multe reclame destinate bărbaților, este departe de a fi subliminală.

„Nimic nu e mai bun decât un pahar de vodcă Schroedinger ca să mă ajute să rezolv problemele grele de fizică!“



Se presupune că reclamele „subliminale” strecoară în mintea dumneavoastră meme fără ca dumneavoastră să fiți conștient de asta.

Agenții de publicitate au învățat să vă acționeze resorturile. Au învățat o mulțime de lucruri și despre cum să vă programeze cu tot felul de meme. Nu latura subliminală este cea de care trebuie să ne preocupăm, ci faptul că acum știu cum să lanseze prin reclamele lor viruși proiectați ai minții care sunt pe deplin dezvoltati. Iar efectele acestui lucru sunt imprevizibile și înspăimântătoare.

Evoluția publicității

Imaginați-vă că este anul 1960. Publicitatea de televiziune este în fragedă tinerețe. Orașele New York și Los Angeles sunt pline de Darrin Stephens-i care lucrează pentru agenții de publicitate conduse de diferiți Larry Tate³¹, încercând toți diferite strategii și campanii pentru a face reclame de succes produselor clienților lor. Toți își ridică ideile ca pe un steag în vârful catargului, dar doar puține dintre ele primesc salutul necesar pentru obținerea succesului, promovării și copierii de către toată lumea din domeniu. E o lume a competiției fără scrupule, iar zilele când „Mi-am hrănit câinele cu Thrive-o / Iar astăzi este sănătos și fericit!” poate concura pentru o parte din mintea

spectatorilor sunt la fel de numărate ca cele ale loviturilor de pe picioare în baschet.

Unele campanii au succes; altele nu. Cele care nu au succes dispar rapid, întrucât puține agenții de publicitate își pot permite să plătească la nesfârșit o promoție scumpă care nu atrage atenția consumatorilor și, prin urmare, nu le aduce bani. Cele care reușesc sunt copiate, cu mai multe sau mai puține modificări făcute mai mult sau mai puțin intenționat pentru că cel care le-a copiat nu a înțeles ce anume din reclama inițială a avut succes – deschizând drumul unei alte generații de reclame mai bune. Este aproape inversul procesului prin care unele animale și-au dezvoltat mecanisme de camuflare pentru a nu ieși în evidență: precum florile colorate care au evoluat în așa fel încât să atragă polenizatorii, aceste reclame au evoluat în lumea memelor în așa fel încât să devină *mai* vizibile și să vă atragă pe *dumneavoastră*.

După câțiva ani, și fără ca directori răuvoitori să uneltească pentru a găsi cea mai bună modalitate de manipulare a publicului american, majoritatea agențiilor de publicitate scot reclame cu memele care acționează resorturile de bază: *pericol*, *hrană* și *sex* în rolurile principale. Imediat încep să le regleze fin, tot prin procesul automat și neconspirativ al evoluției memelor, pentru a include și alte resorturi: ajutarea copiilor, supunerea față de autoritate, sentimentul de apartenență etc. Reclamele ar fi putut evolua la nivelul la care sunt astăzi chiar și numai prin procesul natural al competiției, chiar dacă directorii agențiilor de publicitate n-ar fi fost conștienți de efectul de acționare a resorturilor pe care aceste meme le au asupra oamenilor.

Desigur, *erau* conștienți de acest efect. De fapt, publicitatea manipulează în mod calculat masele în aceeași măsură ca politica. Nu mi-e clar dacă această înțelegere a situației a influențat rezultatul, dar cu siguranță i-a făcut pe oameni să se gândească mai puțin la cei care fac reclamele. Chiar și așa, le putem acorda beneficiul îndoielii și tot avem o teorie realistă a evoluției memelor din publicitate. Creatorii lui Joe Camel³² au căutat în mod intenționat să-i atragă pe copii către țigările Camei prin prezentarea unui personaj drăguț de desene animate care fuma țigările lor aducătoare de moarte? Cine știe? Are acest efect, după cum arată cel puțin un studiu, dar asta nu dovedește intenția conștientă.

Dacă începem să căutăm vinovați pentru ceea ce se consideră a fi declinul culturii noastre, putem cădea foarte ușor în capcană. Când cultura evoluează în direcția unor meme mai puternice, nu are niciun rost să căutăm persoane pe care să dăm vina. Așa cum știți deja, aceasta este ordinea firească a lucrurilor.

Dacă vrem să combatem virușii minții responsabili pentru declinul culturii, trebuie să fim conștienți de propria

noastră programare, adoptând în mod conștient meme care ne duc în direcția în care vrem să mergem.

Lucrurile merg mai bine cu mamele

Un alt efect pe care l-a avut evoluția memelor asupra publicității este despărțirea conținutului reclamei de conținutul produsului. Îmi amintesc că atunci când eram copil am observat cum compania Coca-Cola și-a schimbat sloganul din „Beți Coca-Cola” în „Savurați Coca-Cola” și apoi în „Lucrurile merg mai bine cu Coke”. Undeva pe parcurs, cineva și-a dat seama că nu era nevoie să pună în discuție produsul, ci doar să creeze o dispoziție plină de suficiente elemente atractive pe care oamenii să le observe și care să-i facă să se simtă bine atunci când văd produsul – au creat o memă-asociere în mintea consumatorului.

O campanie Pepsi Light din anii '90 a avut în centru celebrități și figurante care zâmbeau, țopăiau și gemeau jumătate de minut. Nu e chiar o descriere exactă a trăsăturilor și calităților produsului. Pantofii de sport pe care îi numeam „teniși” nu mai sunt promovați de mame care jură că sunt rezistenți; acum există efecte speciale stroboscopice în jurul unor atleți faimoși, citate poetice și muzică rap. Apropo de muzică, aveți vreo melodie preferată care a fost distrusă de vreo reclamă care a folosit ca pe un cal troian faptul că vă plăcea s-o ascultați? Vă amintiți de cântecul lui Johnny Nash „I Can See Clearly Now?” îmi plăcea la nebunie, dar acum mă face să mă gândesc doar la produsele de curățat Windex.

Agenții de publicitate vând sentimente; ei folosesc tehnici de tip cal troian care se agață de ceea ce vă face să vă simțiți bine pentru ca să-și descarce grupările de meme în mintea dumneavoastră după ce v-au captat atenția. În unele cazuri, această transformare a reclamelor în mecanisme de transmisie a unor sentimente puternice le-a transpus în domeniul artei.

O să continui această ușoară blasfemie precizând că am câțiva prieteni care nu se uită la televizor. Când ne adunăm uneori ca să urmărim împreună vreun program mai deosebit, mi se pare fascinant că ei sunt mai absorbiți de reclame decât de programul în sine! E ca și cum, pentru a vinde produse, producătorii de reclame de televiziune s-ar fi întors la perioada de început a acestora, când o reclamă însemna doar puțin mai mult decât simpla menționare a numelui produsului. Multe din reclamele de astăzi prezintă drame sau comedii în miniatură, videoclipuri muzicale sau chiar suprarealism experimental, fără absolut nicio legătură cu produsele pe care le vând, în afară de menționarea numelui sau o scurtă ilustrație. Este o lume în interiorul alteia.

Reclamele la bere sunt celebre pentru acest tip de abordare. „Vindeți sfârâitul, nu friptura” spune truismul publicitar. Ei bine, de ce nu? Când promovați un produs făcut din vegetație putrezită care are ca efecte principale scăderea nivelului de inteligență, umflarea stomacului și provocarea de răgâieli, orice sfârâit e de mare ajutor. Îmi amintesc o reclamă la bere din copilăria mea care „vindea friptura”. Era cam așa:

Shaefer este singura bere pe care trebuie s-o cumpărați

Când vreți să beți mai mult de o bere!

Savoarea ei nu dispare Odată cu setea dumneavoastră!

Ce reclamă drăguță, promovând calitățile produsului. Avea chiar și o melodie drăguță care se putea fredona. Aceste lucruri chiar ar trebui să-i atragă pe cunoscători, nu? Nu.

De când Anheuser-Busch a decis să-și înregistreze mediocrul Budweiser ca „Regele berii”, tendința a fost de îndepărtare de afirmațiile, adevărate sau nu, referitoare la calitățile produsului și de apropiere de construirea unei imagini sau a unei stări de spirit.

Agenții de publicitate vor să-i programeze pe oameni să se simtă bine și să fie atenți atunci când văd produsul.

Reclamele care acționează resorturile oamenilor sunt cele care au succes. Nu e nevoie să ai un doctorat în studii media ca să observi rolul important jucat de sex în reclamele la bere. Dar competiția este atât de acerbă, iar beneficiile atât de numeroase încât publicitatea la bere s-a divizat în nișe surprinzătoare, exploatând și alte resorturi ale noastre. Agenția care reprezintă mărcile Budweiser și Bud Light le pune să joace într-un meci de fotbal în cadrul „Cupei Bud” între două echipe de cutii și sticle animate în fiecare an în timpul meciurilor din Super Bowl, probabil ghicind că cei care urmăresc adevăratele meciuri de fotbal au resorturi sensibile legate de competiție și vor urmări cu atenție și reclamele.

Berea Stroh a apărut într-o serie de reclame bazate pe relația dintre oameni și câinii lor. Berea Rainier, o marcă locală din Seattle, a produs o serie foarte amuzantă de reclame care au creat sentimente pozitive față de produs. De altfel, anularea reclamelor de către noii proprietari ai Rainier a stârnit protestele întregii comunități. Berea Henry Weinhard a făcut o serie de reclame care exploatează *mema tradiție*, vorbind despre istoria lor de o sută de ani în nord-vest. Un alt slogan al campaniei Anheuser-Busch, „Sunt mândră că sunt berea ta”³³, încearcă să se agațe de sentimentele de apartenență și identitate ale oamenilor. Mai există însă și câteva campanii excepționale care chiar vorbesc despre avantajele produsului, cum ar fi inovatorul slogan de la Miller Lite, „Grozav gust, mai puțină balonare”, dar, una peste alta, industria producătoare de bere vinde spuma și nu berea, ca să zicem așa.

Ce înseamnă toate acestea pentru fiecare dintre noi? Înseamnă că dacă ne uităm la reclamele de televiziune, cu siguranță vom fi influențați atât în modul de gândire, cât și în comportament, de meme-urile puternice care ne sunt transmise. Este acesta un lucru rău? Nu știu. Dar cei care afirmă că televiziunea nu este un factor esențial în formarea culturii noastre ori sunt naivi, ori se înșală. Dacă televiziunea n-ar avea un efect atât de mare asupra comportamentului nostru cum se bănuiește, agențiile de publicitate n-ar plăti miliarde de dolari pe an pentru a ne forma obiceiurile de cumpărare. Și chiar reușesc, atât prin intermediul reclamelor, cât și prin conținutul programelor.

Programele de televiziune

Programele televiziunilor comerciale au evoluat spre o combinație de meme care acționează resorturile telespectatorilor și de meme pe care oamenii vor să le promoveze.³⁴

Acest lucru e vizibil între altele în fenomenul talk-show-ului.

Deși acest lucru s-ar putea să nu fie evident pentru privitorul neavizat, majoritatea celor care apar ca experți sau celebrități la talk-show-uri se află acolo pentru a se promova pe ei înșiși sau agenda lor – pentru a răspândi meme. Pentru a ilustra importanța acestui fapt, să spunem că o carte cartonată trebuie să se vândă în 5.000 de exemplare într-o săptămână pentru a ajunge pe lista de bestselleruri din *New York Times*. O singură apariție a unui autor în cel mai vizionat talk-show al Americii, *Oprah*, duce la vânzarea a 100.000 de exemplare dintr-o carte. Dar trebuie să scrii o carte pe care Oprah să o vrea în show-ul ei. Dar acesta nu e neapărat genul de carte pe care vrei tu să o scrii.³⁵

Nu există nicio îndoială în privința faptului că mijloacele vizuale au influențat industria editorială. Avansurile mari nu sunt primite de cărțile care au valoare literară, ci de cele care sunt promovabile – care au componente ce vor acționa resorturile oamenilor. Autorii de ficțiune care se vând bine scriu din ce în ce mai mult romane care seamănă cu niște scenarii. Adaptarea vizuală a cărții este mult mai profitabilă și ajunge la mult mai mulți oameni decât versiunea scrisă.

Cinicii se tot întreabă de ce viața și cultura, în special televiziunea, sunt pline de prostii fără nicio valoare și nu de lucruri pline de conținut artistic și profund. Răspunsul este, bineînțeles, că prostiile fără valoare sunt replicatori mai buni.

Dacă vrei să umpleți lumea de artă și literatură, trebuie să faceți din ele replicatori mai buni.

Există două modalități prin care puteți realiza acest lucru: puteți să le faceți să exploateze mai bine mediul sau să schimbați mediul în

avantajul lor.

Cu ajutorul primei metode, creați artă și literatură care acționează resorturile oamenilor, cum ar fi fotografiile erotice ale lui Robert Mapplethorpe sau videoclipurile muzicale de la MTV.

Sau, ați putea încerca să schimbați procesul de selectare a ceea ce este difuzat – ceea ce nu e posibil prea curând în Statele Unite, având în vedere că piața liberă este un concept de bază al culturii americane. Diferența dintre conținutul de programe al televiziunii publice și cel al televiziunilor comerciale arată importanța mediului selectiv pentru stabilirea replicatorilor culturali care câștigă lupta pentru supraviețuire.

O metodă controversată prin care arta poate deveni un replicator mai bun este colorarea vechilor filme alb-negru. Chiar dacă farmecul vizual suplimentar produs de culoare atrage mai mulți spectatori – sau cel puțin memul *Colorarea atrage mai mulți spectatori* s-a răspândit la cine trebuie –, colorarea îi supără pe tradiționaliști, care detestă schimbările făcute la filme fără permisiunea regizorilor. Regizorul a făcut filmul alb-negru, spun ei, pentru a transmite un anume mesaj artistic. Ei ne avertizează că în curând vom vedea în culori și primele 20 de minute din *Vrăjitorul din Oz*!

Cel mai ofensiv exemplu de intervenție în conținutul artistic de dragul creșterii audienței pe care l-am văzut este reprezentat de practica de prezentare a unei scene captivante din următoarea parte a filmului la începutul fiecărei pauze publicitare. Chiar așa – vă arată o scenă pe care n-ați văzut-o încă, la întâmplare, încercând să vă stârneasă suficient interesul pentru ca să rămâneți prin preajmă în timpul reclamelor! Îh!

„Așa-zisa mea viață” anulat din cauza cifrelor proaste de rating

PASADENA, California

11 ianuarie 1995 – Zece milioane de spectatori nu sunt suficienți pentru a salva serialul cult „Așa-zisa mea viață” produs de ABC, care s-a clasat în fața a doar 16 alte emisiuni din 116 în ratingurile sezonului.

Serialul va fi scos din program pe 26 ianuarie, a spus Ted Harbert, președintele ABC Entertainment, care a apreciat drept „artă” serialul care s-a bucurat de laudele criticilor, dar a declarat că cei zece milioane de spectatori ai săi reprezintă „o mulțime de oameni, dar nu suficient de mulți după standardele noastre”.

Explicând că ar fi încântat să găsească o modalitate prin care să reia difuzarea serialului, a spus: „Continuăm să-l promovăm cât putem și să-i ridicăm cifrele de audiență pentru aceste ultime episoade din ianuarie”.

Deși a refuzat să prevadă dacă serialul va fi reluat în toamnă, dat fiind sprijinul puternic acordat de fani și critici, Harbert a declarat că va lua o hotărâre în mai, dar că cifrele de audiență vor fi decisive.

„Niciuna din aceste...”

Un serial de televiziune lăudat de critici poate fi un replicator slab dacă nu îndeplinește criteriul de selecție pentru televiziunile comerciale: audiența.

Ideea este că instituția televiziunii, creată inițial ca instituție de divertisment, a devenit un virus cultural care se autoperpetuează, care nu mai poate decât să prezinte sunete și imagini ce atrag cât mai mult și acționează cât mai multe resorturi. Această afirmație este valabilă nu doar pentru emisiunile de divertisment de la televizor, ci și pentru știri.

Jurnalismul

Ideea din spatele libertății cuvântului, în mintea celor ce au elaborat Constituția, a fost că dacă tuturor ideilor li se dau oportunități egale de a concura într-un fel de piață liberă a minții, adevărul va ieși la suprafață victorios. Din nefericire, lucrurile nu stau așa. Cei care ies victorioși sunt virușii de succes ai minții, care își răspândesc meme-urile egoiste.

Adevărul *nu* este unul dintre selectorii puternici pentru meme.

Inteligibilitatea este un selector, din moment ce oamenii au instinctul de a face lucrurile inteligibile, dar, așa cum știm, aceasta nu corespunde întotdeauna adevărului. Ce legi ne guvernează existența? Toată lumea înțelege noțiunile de bază din astrologie, ceea ce nu înseamnă că le și credem – dar alegerea unuia din cele 12 semne zodiacale pe baza zilei de naștere e ceva ușor de înțeles. Această memă se răspândește mult mai rapid decât o teorie științifică de tipul fizicii cuantice, în care particulele fundamentale nu se pliază ușor pe zilele de naștere ale oamenilor.

Toate acestea fac viața grea pentru vestitorii și paznicii adevărului, acești discipoli ai lui Benjamin Franklin: mijloacele de informare în masă. Acuzați mereu că sunt părtinitori și nu prezintă neapărat adevărul, membrii acestei nobile profesii au mari dificultăți încercând să țină în echilibru adevărul și obiectivitatea, pe de o parte, și enunțarea a ceva suficient de interesant – care acționează suficiente resorturi – pentru ca oamenii să-i asculte, pe de altă parte.

Există jurnaliști care nici nu pretind că ar prezenta știri obiective. „Jurnaliștii propagandiști”, cum ar fi realizatorul de talk-show Rush Limbaugh³⁶, își dedică emisiunile promovării anumitor puncte de vedere. Editorialiștii ca P.J. O'Rourke³⁷ fac același lucru în presa scrisă. Acești oameni adună mărturii care le sprijină punctul de vedere, apoi le îmbracă într-o haină plăcută, care ne acționează resorturile, încercând să adune adepți și să-și sporească audiența. Desigur, cu cât acționează mai multe resorturi, cu atât sunt urmăriți

atent de mai multe persoane. În timp ce eu scriu aceste rânduri, resortul *criză* e la modă în talk-show-urile radio, în vreme ce resortul *ajutarea copiilor este eternul favorit* în presa scrisă.

În mod tipic, ziarele își plasează editorialele într-o secțiune specială, anunțând astfel distincția între aceste articole „părtinitoare” și celelalte părți așa-zis obiective ale ziarului. Acolo începe problema. Pentru că, chiar dacă acceptăm că majoritatea ziariștilor sunt oameni integri, simpla ipoteză că e *posibil* să fii nepărtinitor este greșită. Faptul că avem o națiune de reporteri care se învârt de colo-colo crezând că sunt obiectivi și o națiune de consumatori de știri care cred același lucru produce o mulțime de probleme. Mai precis:

Întregul mecanism de prezentare de știri, cu miliardele de copii care se fac informațiilor în fiecare zi, oferă un teren excelent pentru proliferarea virusilor minții.

În domeniul jurnalistic, se consideră corect ca, în afara paginii cu editoriale, să se dea spațiu și timp egale punctelor de vedere opuse, pentru a se evita știrile părtinitoare. Problema este că, pentru a face un reportaj eficient, e bine ca reporterul să înțeleagă subiectul. Însă e dificil sau chiar imposibil să înțelegi cu adevărat un punct de vedere care nu este al tău, mai ales dacă ne gândim la timpul uneori extrem de scurt pe care majoritatea reporterilor îl au la dispoziție pentru a scrie un articol. Și astfel, fără vreo intenție conștientă, punctul de vedere opus tinde să fie trunchiat.

Ei bine, ați putea crede: *Cu siguranță, asta se va rezolva de la sine având în vedere miile de reporteri din țară, fiecare cu punctul lui de vedere, nu?* Nu chiar. Cultura jurnalistică este plină de viruși ai minții care au răspândit anumite tendințe – anumite meme – în interiorul ei, fără vreo intenție conștientă din partea vreunui jurnalist. Haideți să vedem cum se întâmplă acest lucru.

Chiar cuvântul *nepărtinitor* implică ideea că reportajul de știri se poate face la un nivel obiectiv, separat de contextul de viață al reporterului. Cât de realistă este această presupunere? În cel mai rău caz, mass-media trebuie să decidă ce este suficient de important pentru a fi numit știre, iar această apreciere este prin natura ei subiectivă în câteva moduri.

În primul rând, orice reporter de succes are tendința să fie împotriva status quo-ului. De ce? Pentru că nimeni nu s-ar duce să cumpere un ziar care ar spune, în fiecare zi, „Totul e nemaipomenit. N-avem niciun motiv de îngrijorare”. Memul *Totul e nemaipomenit* este foarte slab, neacționând niciunul din resorturile noastre majore. L-am ignora; ziarul ar da faliment; reporterul ar muri de foame. *Asta* chiar ar fi o știre!

Zarva despre o „tendință liberală” existentă în presă în timpul mandatelor lui Reagan și Bush Sr. s-a transformat rapid în mormăieli

despre „instigările conservatoare” atunci când a fost ales mai liberalul Clinton. Ce era adevărat din toate astea? Nimic.

În realitate, tendințele din mass-media nu sunt liberale sau conservatoare – ci sunt tendințe spre povești care ne acționează resorturile, făcându-ne să cumpărăm ziarele, să ascultăm emisiunile și să îi ținem pe reporteri ocupați.

Una din puținele voci care susțineau starea de lucruri din timpul mandatului lui Reagan a fost emisiunea *Crossfire* de la CNN. Exceptional concepută, prezenta un conflict între voci de dreapta și de stânga, cu scopul de a ne acționa resorturile de *pericol* și *criză*. Cu aceste meme care învingeau sistemul nostru de apărare, ascultam și punctul de vedere liberal, și pe cel conservator.

Așa-zisa tendință liberală nu era deloc „liberală” – era tendința împotriva luării de cuvânt în favoarea status quo-ului din următorul motivul: A fi în favoarea status quo-ului e plictisitor! Nu acționează niciun Resort. Mass-media a evoluat, devenind un virus cultural care se autoperpetuează și care luptă pentru schimbare. Acest proces a continuat până în punctul în care cuvântul conservator care însemna „ceea ce se opune schimbării” – a ajuns să se refere la unele din cele mai revoluționare idei! *Discutați pentru a menține starea de lucruri* nu este o memă bună.

Teoriile conspirației

Instinctul oamenilor de a face lucrurile lipsite de sens *inteligibile* duce la un tip de virus cultural cunoscut sub numele de *teorie a conspirației*. De-a lungul anilor, oamenii au văzut conspirații peste tot, de la asasinarea lui John F. Kennedy până la așa-zisul complot prin care Asociația Medicală Americană urmărea să mențină dependența de îngrijirea medicală, limitând efectul vitaminelor care puteau fi cumpărate fără rețetă.

Chiar există asemenea conspirații pe scară largă sau sunt doar incidente izolate ca Watergate, sortite să fie descoperite din cauza dificultății de a ține secret un lucru pe care îl știu atâția oameni?

Larry King, unul dintre moderatorii mei preferați de talk-show-uri, desființează teoriile conspirative ale invitaților printr-o singură întrebare: *Cum au putut atâția oameni să țină așa un secret atâta timp?* „E pur și simplu imposibil”, concluzionează el.

Deși e bună precizarea că meme-bune sunt greu de ținut secrete, aceasta e de fapt doar o parte a problemei.

Un sistem de convingeri, prin meme-bune sale, se poate răspândi într-un mod care îl face să semene cu o conspirație, fără vreo intenție conștientă din partea participanților.

Există vreo conspirație a agricultorilor și a guvernului american ca

să ne facă să cumpărăm și să consumăm carne și lactate, deși știu că nivelul ridicat de grăsimi al acestor alimente ne va afecta sănătatea? Nu, agricultorii vor doar să-și vândă produsele ca să se mențină pe piață. Cei care le fac lobby îi sprijină pe politicieni care văd lucrurile în felul lor, și imediat reclamele de la televiziune și programele guvernamentale proclamă care mai de care beneficiile ouălor și cârnii de porc, „celălalt tip de carne albă”.

Pentru agricultori și pentru cei care fac lobby nu e niciun secret; ei vor să-și câștige existența. Dar pentru cineva care nu face parte din mediul respectiv, mesajul de a consuma carne și produse lactate pare amenințător, chiar diabolic.

Dar Asociația Medicală Americană? Au o sesiune secretă la adunarea lor anuală, în care discută cum să nenorocească oamenii ca să-și îmbunătățească situația? Nu, doar au fost programați cu memul că ei, ca specialiști cu diplome în domeniul sănătății, sunt cei mai în măsură să pună ordine în sistemul de îngrijire medicală. Din această convingere de bază vin deciziile legate de poziția lor față de vitaminele eliberate fără rețetă și reglementările privind suplimentele nutritive.

Dar să nu trageți de aici concluzia că e imposibil să ții secretă o conspirație. De fapt, toate conspirațiile, cu excepția celor mai interesante, sunt foarte ușor de ținut secrete pentru că noutățile despre ele nu se răspândesc dacă nu au meme bune. Cu câțiva ani în urmă, s-a descoperit că cei mai buni trei fabricanți de veselă de plastic au conspirat în vederea realizării unui plan de menținere a prețurilor. Totul a fost dat la iveală de un articol publicat în *Seattle Times*. Cum? N-ați auzit? Acea conspirație a fost ținută secretă doar pentru că majoritatea oamenilor n-aveau interesul să audă de ea – povestea avea meme rele.

E foarte greu să te faci auzit. Companiile plătesc miliarde de dolari pe an agențiilor care se ocupă de relații publice și de publicitate, în încercarea de a-și transmite mesaje. De ce am crede că o singură scurgere de informații ar da totul la iveală? A fost nevoie de mulți oameni care au muncit din greu multe luni pentru a dezvălui cele mai interesante aspecte ale scandalului Watergate, și aceea a fost o problemă care era în atenția tuturor.

Și nici aceasta n-ar fi fost dezvăluită dacă Nixon nu s-ar fi înregistrat făcând lucruri ilegale. De ce a făcut-o? Întocmai agricultorii, însă la alt nivel, a fost atât de afundat în sistemul său de convingeri, considerând caracterul practic al realegerii atât de important, încât chiar nu și-a dat seama că făcea ceva rău. Pentru el nu era o conspirație; era doar o întâlnire strategică.

La fel ca adepții religiilor care practică sacrificiul ritual al ființelor umane, membrii conspirației Watergate aveau un sistem de convingeri

care i-a îndemnat să facă lucruri pe care majoritatea americanilor le considerau reprobabile.

Este greu să ieși din propria programare memetică și să te vezi așa cum te văd alții.

Cei implicați în afacerea Watergate au fost ajutați să facă acest lucru de publicul american și de *Washington Post*.

Nu suntem automat atenți la tot ce vedem și auzim. Filtrăm automat lucrurile care nu corespund viziunii noastre despre lume, ceea ce include conspirațiile dacă nu suntem obsedați de ele, în care caz le vedem peste tot. Depinde de viziunea noastră despre lume, de contextul nostru.

Mă întreb cât va dura până va pretinde cineva că există o conspirație a moderatorilor de talk-show-uri radio, o conspirație care să discrediteze toate teoriile conspirației. Ce ciudat că atât de mulți dintre ei ridiculizează pe oricine vine cu o teorie nouă despre asasinarea lui J.F. Kennedy sau despre Comisia Trilaterală. Hmmm...

Nuu.

Omul mușcă câinele

O veche maximă jurnalistică spune că faptul că un câine mușcă un om nu este o știre, dar faptul că un om mușcă un câine – asta *da* știre! Ideea este, desigur, că toată lumea știe că unii câini mușcă oameni: încă o întâmplare de genul acesta nu este interesantă pentru nimeni. Când se întâmplă ceva neobișnuit sau ironic însă, oamenii vor să afle imediat.

Asta ne duce la o altă tendință din media: tendința de a prezenta lucruri neobișnuite. Este o tendință firească. Oamenii vor să *audă* lucruri neobișnuite. Totuși, exagerările din media oferă oamenilor o perspectivă distorsionată asupra lumii pentru că în media rareori se vorbește sau se scrie despre lucruri obișnuite. Ne uităm la televizor; vedem infrațiuni, dezastre și isprăvi sportive supraomenești; și ne formăm o imagine despre lume care are prea puțin de-a face cu experiența noastră de zi cu zi.

Problema este că această viziune distorsionată ne dezavantajează.

În 1992, în Statele Unite, 37 776 de oameni au fost uciși cu focuri de armă. Alți 40 982 au fost uciși de mașini.³⁸ Totuși, dacă aruncăm o privire rapidă la reportaje, vedem că despre arme se vorbește mai mult decât despre mașini, deși aproape jumătate din împușcări (18 169) au fost de fapt sinucideri. Nu vreau să spun prin asta că nu ar trebui să se vorbească despre arme – la urma urmei, ele reprezintă o problemă nouă și din ce în ce mai spinoasă, în timp ce problema mașinilor e veche de câteva decenii. Dar oamenii ajung să aibă o imagine deformată asupra pericolelor.

Dacă facem un simplu calcul, probabilitatea ca o persoană să moară într-un accident de mașină într-un anume an în Statele Unite este de 1 la 6224; probabilitatea să moară într-un incident armat exceptând sinuciderea este la jumătate: 1 la 13 005. Dacă faceți parte dintr-un grup cu nivel de risc mai scăzut, adică nu sunteți infractor și nici ofițer de poliție, aveți șanse și mai mari să scăpați. Dar de ce se tem oamenii mai mult: de arme sau de mașini?

Dacă sunteți ca cei mai mulți oameni, răspunsul este de arme, probabil din cauza atenției mai mari acordate lor de media. Această atenție exagerată duce la proteste din partea populației, ceea ce-i face pe politicieni să iasă în față cu cocoșul tras – scuzați jocul de cuvinte – oferind „soluții” pentru rezolvarea problemei.

Acum haideți să vedem ce înseamnă să avem o probabilitate de 1 la 6500 sau 1 la 13 .000 să murim. E ca și cum ați locui pe o insulă din Pacificul de Sud cu o populație de 650 de oameni. Vă câștigați existența înotând în apele azurii din jurul acestui paradis idilic și prinzând pești cu ostia. Ce frumos. Cam o dată la zece ani, un rechin rătăcit trece pe acolo și mănâncă un înotător. Asta este o probabilitate de 1 la 6500 ca o persoană să fie mâncată de un rechin, la fel ca probabilitatea de a muri într-un accident de mașină în Statele Unite în 1992.

De asemenea, o dată la 20 de ani, doi bărbați intră într-o dispută legată de vreun pește sau de vreo femeie și unul îl ucide pe celălalt cu ostia. Asta este posibilitatea de 1 la 13 .000 de a fi ucis într-o dispută, la fel ca posibilitatea de a fi ucis de cineva cu o armă în Statele Unite în 1992.

Acestea sunt întâmplări foarte triste și oferă poate câteva zile subiecte pentru discuțiile din timpul cinei, dar nu reprezintă totul în viață. Din fericire, din moment ce trăiți pe o insulă izolată, aceste întâmplări vin și trec, iar viața merge înainte.

Dar acum imaginați-vă că există 392 .000 de astfel de insule, toate conectate la rețeaua de televiziune INN. Înseamnă că populația totală a zonei este de aproximativ 254 de milioane, mai puțin decât populația actuală a SUA. În fiecare seară, INN vorbește despre cele mai sângeroase din cele 107 atacuri ale rechinilor și despre cele 54 de morți din *ziua respectivă*. Deodată percepția despre lume a oamenilor se schimbă. De la o existență pașnică întreruptă de o tragedie doar o dată la câțiva ani, trec la un iad plin de crime și groază.

Nu-i așa că e interesant? Nu s-a schimbat nimic, doar am introdus televiziunea. Totuși, acum parcă ați trăi într-o lume periculoasă, nu într-un paradis idilic. Sunt tot atâtea atacuri ale rechinilor și tot atâția oameni sunt omorâți cu ostia. Ce s-a întâmplat?

Știrile de televiziune. Au oferit un mijloc nou și puternic de a răspândi meme care ne acționează resortul *pericol*.

Suntem deosebit de sensibili la memele care ne acționează resortul *pericol* întrucât era important în vremea de dinaintea apariției televiziunii, în vremea când cu cât reacționam mai repede la pericol cu atât aveam mai multe șanse să supraviețuim și să ne reproducem.

Dar statul în fața televizorului, speriați de pericole care se află la celălalt capăt al lumii, nu este foarte util și nu ne îmbunătățește viața. E ca o dependență, ca un drog. Avem resorturi reale care sunt puse în funcțiune când vedem pericole, resorturi care ne fac să acordăm atenție primejdiilor. E nevoie să facem un mare efort mental pentru a ieși de sub influența lor.

Înapoi în fostul nostru paradis, oamenii încep să ceară guvernului să facă ceva în legătură cu acest nou perceput pericol. Politicienii încep să vorbească despre o perioadă de așteptare de 5 zile înainte de cumpărarea unei ostii. Specialiștii încep să producă reclame de jumătate de oră la substanțe care țin rechinii la distanță. Dar dincolo de aceste lucruri, tragedia este că oamenii nu se mai bucură de viață ca înainte. Trăiesc cu frică, frică provocată de nimic altceva decât de știrile de la televizor.

Chiar trebuia să se întâmple așa? Și dacă oamenii care au inventat știrile de televiziune ar fi hotărât să se ocupe de lucruri bune, care ne merg la suflet, și nu de cele înspăimântătoare și periculoase?

În primul rând, ca să reziste în branșă, mass-media trebuie să se ocupe de ceea ce-i interesează pe oameni. Asta înseamnă de memele care ne acționează resorturile. Acum, e vina noastră că avem resorturi tâmpite ca *pericol*, *criză*, *putere*, *teritoriu* și așa mai departe. Dar ideea este că:

Dacă rețelele de televiziune n-ar face apel la aceste resorturi, oamenii nu le-ar urmări programele, și ele ar ieși din afaceri.

Dacă o altă rețea, să zicem TPC (canalul de știri plăcute), ar emite la concurență cu INN, prezentând apusuri de soare, oameni fericiți și palmieri în adierea brizei, n-ar dura mult până când directorii ei ar observa că anumite emisiuni au ratinguri mai bune decât altele. Având în vedere că s-au angajat să nu se ocupe de resortul *pericol*, va trebui să găsească o nișă pentru alte resorturi, poate *hrană* și *sex*. Curând, *Expertul gastronomic de pe insulă* ar fi la concurență cu *Mușcătura de rechin a săptămânii* de pe INN. S-ar căuta femeia perfectă de pe insulă care să atragă garantat atenția bărbaților și să le stârnească nemulțumirea față de înfățișarea partenerelor lor.

Dacă ar merge bine și TPC ar reuși să fure câteva puncte de rating de la INN, cât ar dura până când un concurent ar înființa o a treia rețea care să se ocupe de emisiuni ce acționează nu doar resorturile *hrană* și *sex*, ci și resortul *pericol*? Curând, vor fi prezentate telenovele

a căror acțiune se petrece pe insulă, care vor ocupa poziții de top în ratinguri și ne vor capta și ele atenția, distrugându-ne liniștea și imaginea corectă pe care o aveam despre lume.

Probabil cunoașteți oameni care sunt dependenți de știri, ca și de alte tipuri de stimulatori mediatici. Știrile reprezintă un drog al minții, care vă răpește atenția și nu vă dă mare lucru în schimb.

Închideți televizorul.

Animalele de companie

Tehnologia nu este în niciun caz singura forță din spatele virușilor culturali. De fapt, virusul cultural nu este neapărat ceva rău. Uitați-vă la animalele de companie.

Iubiții noștri câini, pisici, iguane și altele, împreună cu industriile uriașe create pentru a-i sprijini, sunt părți dintr-un imens virus cultural cunoscut sub numele de *animale de companie*.

Poftim? Animalele de companie, viruși? Nu, nu glumesc. De acord, din punctul nostru egocentric de vedere, animalele de companie reprezintă una din plăcerile vieții, sunt companioni și tovarăși de joacă încântători, reprezentând o parte din avantajele faptului că suntem oameni. Din punctul lor de vedere însă, suntem în fond sclavii lor. Haideți să vedem.

Virusul minții este ceva ce, odată eliberat în lume, modifică comportamentul oamenilor în așa fel încât să i se creeze mai multe copii. Animalele de companie îndeplinesc toate condițiile necesare pentru a fi viruși ai minții:

— *Pătrund* mințile noastre atrăgându-ne atenția. Calitatea cu ajutorul căreia fac acest lucru este „drăgălășenia”.

— Ne *programează* în așa fel încât să avem grijă de ei. Animalele profită de instinctele noastre de a avea grijă de copii. *Industria* din jurul lor, parte a virusului, ne programează cu ajutorul televiziunii și reclamelor să cheltuim din ce în ce mai mulți bani pe mâncare scumpă și facturi la veterinar.

— *Se reproduc exact*, desigur cu ajutorul propriului ADN și al resurselor pe care le dedicăm îngrijirii lor. Dar există și o *memă tradiție* care lucrează în favoarea multor specii de animale de companie, sub forma expozițiilor sau adăposturilor. Oamenii sunt răsplătiți pentru că au reproduș fidel o rasă.

— Și, desigur, animalele de companie se *răspândesc* în mod natural. O fac atât de eficient încât am început să observăm problema și să organizăm campanii care să le împiedice să se înmulțească în mod necontrolat. Desigur, împiedicarea înmulțirii necontrolate duce la creșterea valorii animalelor de rasă vândute de industria animalelor

de companie.

Animalele de companie au evoluat în așa fel încât să devină din ce în ce mai drăguțe. Cum? Cele care nu erau drăguțe – care nu erau capabile să dispună de resursele noastre și să ne înrobească astfel încât să avem grijă de ele – acelea au murit! Selecția naturală în acțiune: animalele drăguțe s-au împerecheat unele cu altele până am ajuns în punctul unde suntem azi... infectați cu virusul animalelor de companie.

Evident, aici e un pic de ironie: nimeni nu e îngrijorat că va deveni sclavul unui animal de companie. Dar există o specie de furnică care chiar a evoluat în așa fel încât să înrobească o altă insectă, afida. Furnicile emană cumva o substanță chimică misterioasă care controlează acțiunile afidelor. Furnicile le adună în grupuri, le duc la păscut și le mulg, cam așa cum procedăm noi cu vacile.

Animalele de companie nu emană substanțe chimice misterioase, dar au o drăgălășenie irezistibilă care îndeplinește aceeași funcție. Deci data viitoare când vedeți o pisică sau un câine, priviți-l doar un minut din perspectiva lui. Animalele de companie au o viață comodă, nu?

Cerșitul

Locuitorii din marile orașe nu prea mai dau de pomană cerșetorilor. Există sentimentul că nu cei care cerșesc sunt cei care merită ajutor. Cerșitul este supus evoluției memetice în aceeași măsură ca toate celelalte instituții. Se pare că cerșetorii ineficienți – probabil cei pe care ați vrea să-i ajutați – au fost înlăturați de cei care au învățat cum să se perfecționeze în această „meserie”. Cerșitul reprezintă un obiect de studiu interesant în evoluția memelor: la fel ca înaintarea pădurilor, pare să re-evolveze de fiecare dată când se creează un nou mediu în care poate prospera.

A fi „bun la cerșit”, cel puțin în această carte, înseamnă a avea memele potrivite pentru atragerea de donații. Legile care sunt votate împotriva cerșetorilor care sunt agresivi arată că memul-strategie Fii agresiv a avut succes. Alte meme-strategii care am observat că funcționează în cazul cerșetorilor sunt *Cerșiți însoțiți de copii sau animale, Stați la o intersecție aglomerată cu semafor și Purtați o pancartă pe care scrie „Doresc să lucrez în schimbul mâncării”*. Chiar am auzit un cerșetor la radio comparând tehnicile de cerșit și le recomanda pe acestea două din urmă. A remarcat că el de fapt n-a lucrat niciodată în schimbul hranei – oamenii, mai ales femeile de vârstă mijlocie, îi dădeau bani pe geamul de la mașină.

Când există cerșetori „profesioniști” care utilizează meme atât de eficiente, e greu ca amatorii să atragă atenția și, prin urmare, să

obțină bani. Dintr-un mod de viață jenant, dar necesar, cerșitul s-a transformat într-un virus cultural care se perpetuează prin metode din ce în ce mai eficiente, răspândite acum și în mass-media.

Cei mai eficienți participanți la acest virus câștigă destul de bine din asta, după cum declară chiar ei, și-i elimină pe cei care chiar au nevoie de ajutor.

Această forță a evoluției memelor, dinspre intenția inițială către exploatarea sistemului, se aplică și „cadourilor” din partea guvernului, fie ele programe de ajutorare socială sau scutiri de taxe.

Guvernul

Puterea corupe. Nu există nicio îndoială. Birocrații federali se îngrașă și devin din ce în ce mai risipitori; politicienii au grijă de grupuri cu anumite interese sau chiar mai rău; companiile mari își copleșesc directorii ineficienți cu salarii imense și alte avantaje. Suntem conștienți de toate acestea și mulți dintre noi ne-am săturat și abia mai suportăm această pată neagră de pe fața societății. Îi prindem când putem și îi dăm afară din birouri, îi aruncăm chiar în închisoare pentru câteva luni, dar e în firea lucrurilor, nu? Puterea corupe.

Ceea ce am crezut odată că este o viziune cinică, pesimistă este, de fapt, înțeleg acum, rezultatul natural al evoluției memelor. Virușii minții exploatează mecanismele de respectare a instrucțiunilor. Dacă puterea se definește ca abilitatea de a-i face pe alții să-ți urmeze instrucțiunile, nu e greu de văzut de ce forțele evoluționiste tind să atace și să corupă orice concentrare de putere.

Corupția începe chiar în momentul în care punem bazele unei birocrații, unui guvern sau a unei companii mari cu influență extraordinară asupra vieții noastre. Încet-încet, bunele intenții care inițial sunt prezente vor fi înăbușite, date la o parte sau chiar înlocuite de un set de meme în evoluție care n-au dreptul la putere decât pentru că știu cum să se răspândească.

Forțele evoluției memelor sunt incredibil de puternice. Uitați-vă numai la acel fundament de nezdruccinat al guvernului: Constituția Statelor Unite. Ratificată în 1788 și alcătuită de niște oameni deștepți, care aveau informații de primă mână privitoare la corupția posibilă într-un mare guvern centralizat, conține multe prevederi concepute pentru a evita acest pericol.

Dar încet-încet, și întotdeauna din motive ce păreau bune, puterea a trecut de la oameni și state la guvernul federal. Știați că inițial Constituția interzicea impozitarea directă a oamenilor de către guvernul federal? Fiscul nu era constituțional! Cei care au elaborat Constituția au știut că odată cu impozitarea centralizată vin puterea

centralizată și corupția centralizată. Și vedem cu ajutorul memeticii că o astfel de putere centrală e sortită să se îndepărteze de orice intenție generoasă și să evolueze spre autoperpetuare.

Statele Unite s-au îndepărtat atât de mult de ideile de responsabilitate individuală și drepturi ale statelor încât oamenii se întreabă acum care este sensul celui de-al Zecelea Amendament. Acesta prevede că toate drepturile care nu sunt anume acordate guvernului federal aparțin poporului sau statelor. Aceasta este încă o parte a Constituției! Puterea evoluției membrilor ne-a adus într-o eră în care guvernul federal nu vede nimic rău în a impune o limită de viteză la nivel național, în a controla accesul la îngrijirea medicală și în a decide folosirea căror droguri va fi pedepsită cu închisoarea și folosirea căror droguri va fi subvenționată de contribuabili.

Piața neagră

De câte ori guvernul declară ilegale anumite tipuri de activități economice, creează condiții pentru apariția unui virus cultural numit *piață neagră*. Apare o subcultură plină de meme-strategii cum ar fi *Vinde droguri* pentru a primi recompense. Aceste meme legate de piața neagră acționează câteva din resorturile care sunt în primul rând masculine, discutate în Capitolul 6 – *puterea și oportunitatea* – așa că ne-am aștepta ca cei implicați în activitățile de pe piața neagră să fie mai ales bărbați.

Așa-zisul război cu drogurile, ca și prohibiția alcoolului de odinioară, a creat o nișă extrem de puternică pentru un grup de oameni care sunt acum inevitabil în afara legii, traficanții de droguri de pe piața neagră.

Cu cât mai dificilă este achiziționarea de droguri ilegale, cu atât le sunt mai mari prețurile. Cu cât sunt mai aspre pedepsele pentru traficul de droguri, cu atât traficanții se bucură de mai multă libertate să comită alte infracțiuni în încercarea de a obține puterea socială și economică pe care le-o dă ocupația lor. La urma urmei, sunt deja infractori și nu mai au mult de pierdut: *risc mic, recompensă mare*. Cu cât sunt mai aspre pedepsele și cu cât sunt mai puține droguri disponibile cu atât crește posibilitatea ca traficanții individuali să câștige mai mulți bani și mai multă putere: cu atât mai puternic sunt acționate resorturile *oportunitate și putere*.

După cum am descoperit în timpul Prohibiției, binele pe care îl face guvernul reducând consumul de droguri trebuie pus în balanță cu răul făcut prin sprijinirea rețelelor criminale care deservește această piață neagră, ca să nu mai vorbim de pierderea libertății individului provocată de faptul că statul impune moralitatea sa de grup tuturor.

Așadar, de ce a declarat guvernul „război drogurilor”, deși știa că

acest lucru va crea o piață neagră și multe infracțiuni care merg mână în mână cu ea? Este principalul dezavantaj al unui guvern democratic, cu atât mai mult în această perioadă când ocuparea funcțiilor în stat este determinată mai ales de timpul care li se acordă pe posturile de televiziune.

Pentru a fi aleși, conducătorii sunt forțați să-și facă reclamă utilizând cele mai puternice meme disponibile.

În ultima vreme, acest lucru a inclus indicarea unei *crize* (problema drogurilor, deficitul bugetar, îngrijirea medicală, problemele din sistemul educațional). Din nefericire, eficiența memelor ce acționează resorturi prezentate în campanie nu are legătură cu modul în care soluțiile propuse vor duce într-adevăr la rezolvarea problemelor.

O republică democratică

Cei care au elaborat Constituția SUA au înțeles această problemă și de aceea au creat nu o democrație adevărată, ci o republică: cetățenii își aleg în mod democratic reprezentanți și apoi aceștia – presupuși gânditori de elită, oameni de cea mai mare integritate – iau decizii bine documentate bazate pe ce e mai bine pentru țară.

Ce s-a întâmplat? Evoluția memelor, de data aceasta împingând guvernul spre votul direct al poporului, care până la urmă ține frâiele puterii. În 1913, un alt articol al Constituției a căzut, din nou din motive nobile, de data aceasta cel care stipula ca adunările legislative să numească senatorii. Acum poporul e cel care o face, înlăturându-se astfel distincția inițială între cele două camere, Camera Reprezentanților, care reprezenta vocea poporului, și Senatul, care reprezenta vocea statelor.

Așa-numitele camere pline de fum în care erau numiți candidații, la bine și la rău, de către partidul local aflat la putere, au fost eliminate rând pe rând din toate statele în favoarea alegerilor directe, astfel existând asigurarea că orice candidat de succes va trebui să-și transforme mesajul într-un anunț scurt care acționează o mulțime de resorturi. Acum există cereri să se renunțe la Colegiul Electoral, ultima fărâmă de putere pe care o mai au statele individuale de a influența alegerile prezidențiale, în favoarea unui vot național direct.

În acest punct, nu vreau să spun că evoluția guvernului spre centralizare este un lucru rău – deși *este* un lucru rău pentru cei care vor să aibă control asupra propriei vieți. Doar vreau să dau un alt exemplu de modalitate prin care sistemul evoluează automat, dându-le celor puternici și mai multă putere. Cu cât mai multă putere are o instituție, cu atât mai mult poate influența răspândirea propriilor meme. Cu cât își răspândește mai mult meme, cu atât capătă mai multă putere.

--

Articolul I, Secțiunea 3

Senatul Statelor Unite va fi compus din doi senatori din fiecare stat, aleși de adunarea legislativă din statul respectiv, pentru o perioadă de șase ani; și fiecare senator va avea un vot.

Amendamentul al 17-lea (1913)

Senatul Statelor Unite va fi compus din doi senatori din fiecare stat, aleși de oamenii din statul respectiv, pentru o perioadă de șase ani; și fiecare senator va avea un vot.

*

Articolul I, Secțiunea 9

Niciun impozit pe cap de locuitor sau altă taxă individuală nu vor fi stabilite decât dacă sunt proporționale cu populația rezultată în urma recensământului sau prezentată într-o listă de tipul celei alăturate, alcătuite înainte de luarea măsurilor respective.

Amendamentul al 16-lea (1913)

Congresul va avea dreptul de a stabili și aduna impozite pe venituri, din orice sursă, fără vreo împărțire între mai multe state, și fără vreo legătură cu recensământul sau cu vreo listă.

Limitele inițiale impuse puterii guvernamentale de Constituția SUA au fost date la o parte, dându-se din ce în ce mai multă putere guvernului federal și votanților majoritari în defavoarea adunărilor legislative și statelor.

În Statele Unite, votanții majoritari au puterea de decizie, deci putem observa o evoluție lentă, dar clară către ceea ce se numește *tirania majorității*: majoritatea își impune mecele minorității.

Carta Drepturilor a fost alcătuită cu scopul de a face această tiranie imposibilă. Totuși, fără ca vreunul din aceste prime zece amendamente să fie abrogat sau modificat, modalitățile în care au fost puse în vigoare și interpretate s-au modificat încet-încet în așa fel încât puterea să fie luată de la individ și dată majorității.

La început, această schimbare pare întotdeauna să aibă motive temeinice. De exemplu, dreptul oamenilor de a închiria o proprietate oricui doresc a dispărut în urma încercării guvernului de a eradica efectele sexismului și rasismului. Dacă rezultatele pe termen scurt, și anume tratamentul mai bun aplicat femeilor și minorităților, prezintă interes pentru majoritatea votanților, creșterea pe termen lung a controlului guvernamental asupra încă unui aspect al vieții nu mai este la fel de atrăgătoare.

Unul din cele mai importante drepturi, cel care dă americanilor motiv să-și considere țara „liberă”, este dreptul la un proces cinstit înainte ca guvernul să recurgă la confiscarea proprietății. Actuala politică guvernamentală față de cei ce sunt suspecți că fac trafic de droguri este să confişte maşinile, bărcile şi casele folosite pentru

vânzarea de droguri înainte ca suspectii să fie aduși în fața justiției și condamnați. Este aceasta o politică bună sau încă un exemplu de reacție la o *criză* pe termen scurt prin sporirea puterii centrale?

Originile blocajelor

Această corupere a guvernului este rareori intenția conștientă a celor puternici. Când este însă – când un conducător puternic abuzează de încrederea acordată și comite acte ilegale – putem recunoaște ușor problema și putem face dreptate atunci când infracțiunea este descoperită. E mai dificil să ne ocupăm de ce vedem în ziua de azi în toată lumea: infectarea treptată a întregii culturi a puterii cu meme care deviază puterea de la scopurile pentru care a fost acordată inițial.

Haideți să luăm ca exemplu Congresul SUA. Ideea inițială a fost ca oameni înțelepți să ia decizii în cunoștință de cauză referitoare la mersul lucrurilor în noua țară. Urmau să decidă ce taxe să impună cetățenilor, cât să cheltuiască, pe ce să cheltuiască veniturile din taxe și ce legi să facă.

Încă din prima secundă de existență, această structură de putere a fost supusă atacurilor din partea virușilor minții.

Toate memele care i-au infectat pe legiuitori și le-au modificat prioritățile au dat rezultate. Nu doar că politicienii sunt oameni puternici, capabili să acționeze conform ideilor respective, dar sunt și buni vorbitori și tind să răspândească ideile pe care le promovează prin discursuri sau alte mijloace.

La început, legiuitorii au împrumutat idei din lecturi, din ce le-au spus alții și poate din conversații lejere ce aveau loc în anumite cercuri sociale. Vederile politice care au avut cele mai bune meme – care au stârnit interesul legiuitorului din orice motiv, fie el *criză*, *ajutarea copiilor*, *inteligibilitate* sau vreun resort personal – au fost cele pe care le-a adoptat. Dar curând, întrucât o mulțime de meme au început să-i bâzâie pe la ureche, a început o competiție acerbă pentru atenția legiuitorului.

Indiferent de meritul lor, memele trebuiau să vină în grupări din ce în ce mai puternice pentru a-i câștiga atenția. O grupare puternică este cea învelită în bani: contribuție de campanie la nevoia bienală a legiuitorului de a fi reales. Este ușor să dai mai multă atenție la memele grupurilor care te susțin financiar decât la memele celor care nu o fac, iar acordarea atenției este primul pas către penetrarea de către meme. Chiar dacă legiuitorul este absolut corect, memele finanțatorului au efectul lor penetrant.

O persoană care face lobby pentru o corporație sau un grup cu interese speciale, care aduce în discuție de mai multe ori o problemă,

folosește *repetiția* pentru a transmite meme legiuitorilor. Astăzi, legiuitorii sunt înconjurați de persoane care fac lobby, de oameni angajați doar pentru a le transmite anumite meme – pentru a-i condiționa, a-i programa cu meme! Legiuitorii, la rândul lor, angajează o mulțime de oameni care să sorteze informațiile și să le cerceteze. Acum, persoanele care fac lobby trebuie să găsească o modalitate de a trece de acest nou nivel de protecție, într-un fel de cursă.

Aceasta ar duce doar la ineficiență dacă n-ar exista un factor cheie: treaba legiuitorului *nu* este să aleagă cele mai bune idei dintre toate propunerile pe care le fac persoanele care au anumite interese; treaba lui este să decidă ce e mai bine pentru țară! Marea majoritate a membrilor cu care sunt bombardată membrii Congresului sunt cereri de a proteja direct sau indirect anumite interese. Este aproape imposibil să nu fie influențați să facă *ceva*, să hotărască *ceva*, să legifereze *ceva* pentru a se ocupa de aceste lucruri.

Când oamenii buni au meme rele

Puneți bombardamentul intereselor laolaltă cu modul în care operează procesul nostru politic și e ușor să ajungeți la concluzia că adoptarea membrilor intereselor speciale este o condiție necesară pentru a ajunge în Congres. Asta *nu* înseamnă că membrii Congresului sunt de rea-credință. Vorbim numai de forța evoluției membrilor.

Să presupunem că un politician ar vrea să se apere cumva de atacul membrilor și să rămână devotat cauzelor celor mai bune pentru țară. Dacă nu traduce acest lucru în meme care atrag alegătorii nu are nicio șansă să fie reales în fața unui contracandidat care face apel la resorturile majorității alegătorilor indiferent de ce e mai bine pentru țară.

Curând, singurii politicieni rămași în funcție sunt cei care emit meme ce acționează resorturile alegătorilor. Și totul se poate întâmpla prin evoluția membrilor, fără vreo intenție conștientă a cuiva de a înșela sau manipula.

Politicienii câștigă alegerile datorită singurului lucru care contează: atragerea alegătorilor, adică memele bune.

Guvernul electiv este astfel gândit pentru a selecta politicienii care știu să spună ce vor oamenii să audă. Și cu cât televiziunea devine mai importantă în promovarea politică, cu atât mai puțină legătură există între această imagine politică și persoana reală. Astăzi, doar cel mai nechibzuit candidat la președinție ar apărea la televizor fără sfaturile unui „agent” – consilier de imagine – care să-l ajute să ajungă mai ușor la resorturile electoratului.

Dezvoltarea guvernului

În ciuda avertismentului, adesea atribuit lui Thomas Jefferson, că *Cel mai bun guvern e cel care guvernează cel mai puțin*, sistemele politice democratice au evoluat în direcția guvernelor care guvernează din ce în ce mai mult. Această evoluție este consecința acțiunii membrilor la care sunt atenți alegătorii.

Există tendința de a observa membrul *recompensă* – de a vota politicienii care spun că vor face ceva în avantajul celui care votează. Îmi amintesc că atunci când eram student, activiștii militau în favoarea candidaților care promiteau să mărească fondurile alocate educației și împrumuturilor pentru studenți. „Ciolanul” pe care membrii Congresului îl dau celor din circumscripțiile lor atrage votanți, dar totul duce la o creștere peste măsură a cheltuielilor federale și la o sporire a puterii guvernului federal.

Pentru a da la o parte pe cineva dintr-o funcție, contestatarul trebuie să emită un mesaj cu meme mai bune. Adesea mesajul respectiv implică un guvern mai mare și mai costisitor. Rezultatul a fost că guvernul Statelor Unite a devenit din ce în ce mai mare, mai costisitor și mai ineficient, în timp ce meme-urile folosite în campanie devin din ce în ce mai abile și mai puternice.

Cu toate acestea este dificil de prezis cum vor evolua meme-urile. La alegerile din SUA din 1994 a apărut un mesaj plin de *misiune* și *pericol* atunci când republicanii au preluat Camera Reprezentanților și Senatul în detrimentul mesajului *Rezistați până la capăt* al democraților. „Este o criză!” au spus ei. „Putem să o rezolvăm!” Au reușit să împacheteze platforma „Contractului cu America” cu același cal troian ce acționează resorturi pe care l-au folosit democrații în 1992 să-și promoveze soluția la „criza îngrijirii medicale” care era atunci de actualitate.

Pe măsură ce politicienii învață din ce în ce mai bine să acționeze resorturi, rezultatul alegerilor are din ce în ce mai puțină legătură cu programul lor real.

Dacă majoritatea alegătorilor ar înțelege memetică, s-ar petrece vreo transformare bruscă? Cu siguranță ar exista o schimbare în bine a tipurilor de campanie și, poate, a integrității guvernului.

Capitolul zece Memetică religiei

„Îmi place Hristos-ul vostru, nu-mi plac creștinii voștri.
Creștinii voștri sunt atât de diferiți de Hristos-ul vostru”.
Mohandas Gandhi

S-a spus despre credința într-un Dumnezeu creștin că este o alegere evidentă: dacă EL există, pedeapsa pentru necredincioși este imensă; dacă nu există, care-i problema? Acest argument acționează resortul nostru pentru *asigurare ieftină* și pare a fi unul bun. Dar oricât de părtinitor aș fi față de realitate, voi studia cel puțin posibilitatea ca aceste credințe religioase să nu fi fost insuflate de sus, ci să fie rezultatul unora din cei mai puternici viruși ai minții din univers.

Scriu acum despre dogma religioasă. Încerc să răspund la întrebările: de ce au oamenii Adevăruri în care cred, legate de religie, de unde vin aceste convingeri și cum se perpetuează și răspândesc? Oamenii se raportează în diverse moduri la scrierile religioase, de la negarea cu vehemență la alegoria utilă și la fundamentalismul celor care cred în cuvântul lui Dumnezeu; și dacă memetică din spatele răspândirii acestor scrieri este aceeași, comportamentul cuiva care este programat să creadă că dogma reprezintă Adevărul este foarte diferit de al cuiva care o vede ca pe o parabolă, ca pe o mitologie.

Puteți să vă programați în mod conștient cu meme care să vă ajute în viață. Acesta este unul din principalele meme-strategii din paradigma memeticii. E împotriva acestei strategii să credeți dogma religioasă fără să fi ales în mod conștient acest lucru. E de asemenea contrar paradigmei memetice să credeți că memele religioase sau oricare altele reprezintă Adevărul și nu niște jumătăți de adevăruri utile doar în anumite contexte.

Memele religioase existente în momentul de față sunt cele care au supraviețuit evoluției memetice.

Ca și în cazul oricăror alte meme, dumneavoastră puteți decide dacă programarea cu ele vă ajută sau vă împiedică să vă atingeți scopul în viață.

Originea religiei

De unde vin memele religioase? Iată un scenariu posibil, în era omului preistoric, capacitatea de a rezolva probleme s-a dovedit a fi foarte utilă în jocul supraviețuirii celui mai adaptat. Oamenii primitivi care au supraviețuit până la momentul reproducerii au fost cei care au evoluat astfel încât să poată răspunde la întrebări cum ar fi:

- Cum mă feresc de acest tigru cu colți sabie?
- Unde este hrana?
- Cum pot să-mi găsesc perechea potrivită?

Știți dumneavoastră, preocupările zilnice ale sofisticaților locuitori ai peșterilor.

Capacitatea de a rezolva probleme ajuta când era vorba de supraviețuire. Dar odată ce mecanismul respectiv a început să funcționeze, oamenii primitivi l-au îndreptat, firesc, către unele din

cele mai mari probleme, cele cu care s-au luptat de-a lungul timpului filosofii:

- De unde venim?
- De ce suntem aici?
- Ce ar trebui să facem?

Ei bine, la aceste întrebări a fost mult mai greu de răspuns decât la cele practice care implicau pericolul, hrana și sexul, dar nu atât de greu încât prietenii noștri din Epoca de Piatră să nu încerce să răspundă. Disonanța cognitivă determinată de aceste întrebări a dus la crearea unor meme care aveau sens ca răspunsuri. Și din aceste răspunsuri au evoluat mitologia, filosofia și religia.

Cum s-a petrecut această evoluție? Ca de obicei, prin supraviețuirea memelor celor mai adaptate. Fără a intra de fapt în domeniul istoriei religiei, haideți să ne continuăm scenariul nostru imaginar referitor la Epoca de Piatră. Imaginați-vă că toți membrii familiilor Flinstone și Rubble meditează la întrebarea de unde venim. Fiecare vine cu câte un răspuns: Wilma ajunge la concluzia că ne-a creat Dumnezeu, dar o păstrează pentru ea. Barney se gândește la întrebare ani de zile, dar bietul prostănac nu găsește niciun răspuns. Betty, dând dovadă de o creativitate și o intuiție excepționale, sugerează că am fi evoluat din organisme unicelulare. Nu mai e nevoie să spunem că ideea ei nu prinde.

Dar Fred, care este mai mult decât mulțumit de sine că a rezolvat această problemă spinoasă, consideră că am fost creați de Dumnezeu, care ne-a spus și să răspândim această idee, altfel vom arde în iad.³⁹ Yabba dabba doo!

În încercarea sa de a găsi o rezolvare problemei, Fred s-a întâmplat să vină cu un set de meme potrivit. A făcut-o intenționat? E greu de crezut. Dar imaginați-vă că milioane de oameni se gândesc din când în când la această problemă și că setul de convingeri care constituie răspunsul acceptat „se îmbunătățește” în mod constant, ajungând să aibă meme din ce în ce mai bune, care se răspândesc din ce în ce mai departe și mai repede, până când aceste convingeri pătrund în societate și devin religie.

O religie apărută în acest fel, ca un virus cultural (evoluat fără intenția conștientă a omului), evoluează acum nu către adevăr, nici măcar către asigurarea unei stări de bine a adeptilor săi, ci către obținerea de *meme mai eficiente*. Aceasta este cea mai importantă idee din carte:

Evoluția memelor nu are ca scop binele individului.

Deci în cazul religiilor care nu au fost create de indivizi cu intenția conștientă de a produce viruși ai minții proiectați – ceea ce cred că e valabil pentru majoritatea religiilor de pe Pământ – sistemele de convingeri nu sunt garantat Adevărate, și nu oferă nici modalități

bune de a-ți trăi viața. Ceea ce este garantat, în schimb, în cazul lor, este că se autoperpetuează.

Când spun că nu a existat o încercare conștientă de a se crea un virus proiectat, nu vreau să spun că nu a existat nicio încercare conștientă de a se răspândi meme care să ducă la o viață mai bună. S-ar părea că mulți conducători religioși, de la Buddha la Iisus, au avut o intenție conștientă. Dar fără cunoștințe de memetică din partea inițiatorilor lor, meme-urile respective ori au dispărut ori au devenit instituții care s-au autoperpetuat, fiind preocupate mai mult de propria existență decât de calitatea vieții oamenilor. Și multe din instituțiile religioase au făcut acest lucru pretinzând că meme-urile lor reprezintă singurul set de meme Adevărate, indiferent de intenția inițiatorului lor.

Adevărul absolut

Una din întrebările tipice la care mă gândeam când eram adolescent era: *Cum pot ști care religie e cea adevărată, când sunt atâtea religii pe pământ care pretind a fi Adevărate, iar multe dintre ele pretind că sunt singurele Adevărate?* Nu părea să existe vreo modalitate ușoară de a răspunde: mi se părea că majoritatea religiilor îi priveau pe oamenii de alte credințe cu atitudini ce variau de la indiferență la milă și dispreț, dar de cele mai multe ori cu superioritate și cu convingerea că a lor era singura cale Adevărată. Și apoi mai erau câteva religii care nu aveau această pretenție: era una din *acestea* cea Adevărată? Pe cine să crezi?

Una din cele mai frecvente capcane în care cad oamenii este aceea de a fi absorbiți de încercarea de a rezolva așa-zise probleme în detrimentul altor lucruri care sunt mai importante pentru ei. În cazul multora dintre noi tendința *de a rezolva probleme* este atât de puternică încât, dacă nu ne știm bine și nu ne înțelegem clar prioritățile, ajungem să ne petrecem mare parte din viață rezolvând probleme care nu ne duc nicăieri. Cum să câștigăm mai mulți bani, cum să schimbăm comportamentul soțului/soției, cum să depășim anumite temeri: cu aceste probleme ne confruntăm în fiecare zi și de aceea fiecare dintre ele oferă material pentru nenumărate best-seller-uri, talk-show-uri și seminarii.

Dar cea mai mare capcană legată de rezolvarea de probleme, în care cad chiar și oameni cu studii și foarte inteligenți, este Căutarea Adevărului Absolut.

Avem o dorință extrem de puternică de a înțelege lumea, dorință care era foarte utilă atunci când lumea era simplă și era alcătuită în cea mai mare parte din recompense și pericole fizice. În societatea memelor, însă, încercăm tot

timpul să înțelegem lucruri care chiar *nu au* niciun înțeles.

Credem că aceste lucruri au înțeles pentru că mințile noastre nu au avut ocazia să evolueze din vremea când aceste peisaje culturale, psihologice nu existau. Dedicăm așadar mare parte din timp, bani și energie încercând să pricepem și să rezolvăm probleme fără sens.

Cea mai mare problemă fără sens este aceasta: Care religie este Adevărată? Această problemă duce la un număr de subprobleme, cum ar fi: Există Dumnezeu? Cum este El? Există Rai? Există Iad? Iisus Cristos era fiul lui Dumnezeu? Ce vrea Dumnezeu să fac eu? Acestea duc la și mai multe întrebări lipsite de sens: Dumnezeu e bărbat sau femeie? E alb, negru, roșu, galben...? Unde locuiește? Cât costă să-i trimitem o scrisoare? Când e în concediu, cum îi ajung mesajele? câți îngeri pot dansa pe gămălia unui bold?

Cufundați în probleme de acest gen, nu mai vedem decât cu mare greutate ce este religia și de unde vine. Dar după modelul memetic, toate religiile evolute în mod natural – ca viruși culturali – sunt grupuri de meme. Religiile sunt creații ale minților noastre, care au evoluat pe vremea când ne petreceam viața mai ales evitând pericolele și căutând hrană și sex. Religiile sunt grupuri de concepte care stabilesc o corespondență între lumea preistorică cu care erau obișnuite creierile noastre și lumea de azi dominată de moravuri, cultură și societate. Și, dacă nu ne *inventăm* propria religie – un virus proiectat, cu un anumit scop –, modul în care se formează aceste grupuri e determinat de evoluția memelor: religiile evoluează astfel încât să aibă meme bune.

Asta e! Asta-i tot! Niciuna din religii nu este cea Adevărată; toate sunt variațiuni pe aceeași temă – sau pe aceeași memă. Dar haideți să vedem care sunt memele care stau la baza unei religii de succes.

Memele religiilor

Dacă am dreptate când spun că religiile au evoluat astfel încât să aibă meme adaptate și nu au fost dictate de Dumnezeu, atunci ar fi normal ca în religiile cele mai răspândite să apară toate memele noastre preferate. Deci haideți să vedem. Să începem prin a analiza memele structurale, cele care sunt adaptate în virtutea legilor memeticii:

— **Tradiția.** Memul-strategie *tradiție* se replică pentru că îi programează pe oameni să îl perpetueze – împreună cu restul memelor din grup. Religiile fac parte dintre instituțiile culturale cu cele mai puternice tradiții. De la Meca, biserici străvechi și mănăstiri estice până la legile cușer și atenta păstrare a Bibliei, tradițiile domină majoritatea religiilor. Țineți minte: nu păstrăm tradițiile pentru că religiile sunt adevărate sau bune – cauza și efectul sunt inversate!

Religiile au supraviețuit pentru că, în parte, anumite tradiții s-au fixat în ele. Religiile care nu aveau tradiții puternice au avut șanse mai mici să supraviețuiască.

— **Erezia.** Erezia este orice convingere care este împotriva dogmei religioase. Opusul *tradiției*, memul-distincție *erezie* este ca o leucocită care luptă cu o infecție, identificând și combătând noile meme infecțioase. Erezia duce cu sine o întreagă listă de meme-asocieri legate de ce vi se va întâmpla dacă credeți în ea (îi permiteți penetrarea) sau spuneți erezii (o răspândiți).

— **Evangelismul.** Memul-strategie *evangelism* se replică pentru că se cere răspândit. Este o memă interesantă pentru că nu toate religiile sunt evanghelice, în sensul de a cere adeptilor să stea la colțul străzii răspândind broșuri. Dar trebuie să căutați mult până să găsiți o religie care nu se transmite copiilor adeptilor săi. Aceasta merge și mai bine când se combină cu memul *Faceți cât mai mulți copii*, încurajat de papă, de mormoni și de sistemul nostru curent de asistență socială.

Nu vorbim aici de faptul că oamenii sunt sinceri și au motive bune pentru care să vrea să-i convertească și pe alții: „Iisus/Scientologia/Forumul/Stilul american mi-au îmbunătățit atât de mult viața încât vreau ca toată lumea să beneficieze de același lucru”. Instituțiile care încurajează convertirea – care chiar îi *condiționează* pe oameni să-i convertească pe alții – sunt avantajate din punct de vedere memetic, indiferent de impactul religiei asupra vieții oamenilor. Religia are succes *pentru că*, într-un fel sau altul, evangelismul a devenit parte din dogma ei. O religie care îi face pe oameni fericiți, dar nu-i programează să evanghelizeze nu va avea succes.

— **Inteligibilitatea.** Ideile care au sens se replică mai bine decât cele care nu au prin chiar natura minții umane – aduceți-vă aminte de „telefonul fără fir”. Religiile care au explicații clare, la îndemână pentru acele întrebări dificile sunt mult mai populare decât cele care îi provoacă pe oameni să gândească singuri, cum o face budismul Zen. Desigur, răspunsurile la întrebările dificile nu trebuie să fie mai *adevărate* decât Moș Crăciun sau Iepurașul de Paști, atât timp cât sunt ușor de înțeles.

— **Repetarea.** Ritualurile abundă în majoritatea religiilor, de la slujba de duminică până la spunerea rugăciunii înainte de masă. Cu cât repetăm mai mult o acțiune, o idee sau o convingere cu atât ne obișnuim mai mult cu ea și cu atât mai puțin o punem la îndoială: suntem condiționați sau programați cu ea. Religiile de succes au evoluat astfel încât să fie dovada vie a ceea ce v-ar spune orice director de agenție de publicitate: repetiția vinde.

O doză puternică din fiecare din aceste meme asigură o religie de succes, dar evoluția memelor nu s-a oprit aici. Acum haideți să

analizăm memele care ne acționează resorturile, cele care sunt adaptate pentru că profită de natura noastră umană:

— **Siguranța.** Multe religii se bazează pe frică: frica de mânia lui Dumnezeu, frica de arderea în iad, frica de ostracizarea de către comunitate. Crearea de pericole artificiale și pretenția că reprezintă un liman ce oferă mijloace de apărare împotriva lor reprezintă o parte foarte puternică a oricărui sistem de credințe. În cazul ostracizării, pericolul nici măcar nu este artificial: cei din comunitatea Amish trăiesc cu teama de a fi „ocoliți” sau despărțiți de comunitatea lor strâns unită pentru tot restul vieții lor. Traiul în interiorul sistemului de credințe al religiei reprezintă presupusa salvare.

— **Criza.** Multe culte care nu se pricep să acționeze resortul *inteligibilitate* recuperează aici. Se spunea despre conducătorii de culte Jim Jones și David Koresh că trâmbețau întruna vești despre un pericol iminent, atât din partea lui Dumnezeu, cât și din partea inamicilor din afară. Doar ei aveau posibilitatea de salva oamenii din această criză – așa spuneau.

— **Hrana.** Da, hrana! Sărbătorile și posturile fac ca o religie să fie foarte atractivă, acționând resortul de bază. Aproape că am devenit membru al cultului Baha'i pentru că mi s-a părut nemaipomenit să fie sărbătoare odată la 19 zile!⁴⁰ Mesele de Paști și momentele din timpul postului Ramadanului în care se mănâncă adaugă meme atractive unei religii. Posturile, de fapt, creează disonanță cognitivă pentru a întări memele *pentru* care postești.

— **Sexul.** Puține sunt religiile care nu au nimic de spus despre sex. Pentru a fi o componentă efectivă a sistemului de credințe. Însă obținerea unei relații sexuale trebuie să fie legată de acceptarea întregului set de convingeri. Religiile au diverse modalități de a realiza acest lucru, de la căsătoriile monogame în interiorul bisericii la prostituatele sacre din Roma antică și la cultele care practică amorul liber, cum ar fi Rajneeshee. Când enclava din Oregon a acestui cult a început să fie vizitată în mod regulat de autocare pline de bărbați care salivau, conducătorul lor a decis să impună o perioadă de așteptare de zece zile înainte de sexul cu noii veniți, o mică schimbare memetică care îngreuna puțin scoaterea momelii din capcană.

— **Problema.** Această memă este deosebit de dăunător, dar eficient în atragerea oamenilor inteligenți și educați. Ideea că există un sistem misterios de cunoștințe care pot fi învățate într-o viață este o momeală puternică. Acesta este punctul forte al unor religii estice cum ar fi budismul Zen sau taoismul, deși adepții lor vă vor spune probabil că nu-i așa. (Asta le conferă mister!) Despre religiile de tipul creștinismului s-a scris atât de mult încât n-ai putea să le știrbești autoritatea într-o singură viață. Dar pentru mulți creștini studiul religios face parte din stilul lor de viață. Studiază atent Biblia, crezând

că aceasta reprezintă cuvântul lui Dumnezeu, care ar aduce iluminare dacă ar putea fi înțeles puțin mai bine.

— **Dominanța.** O ierarhie ale cărei trepte pot fi urcate reprezintă o momeală bună pentru cei care au resorturi pentru *putere*, adică mai ales pentru bărbați, din moment ce acest resort e legat de accesul la femei. Ideea de nivele sau grade este prezentă chiar și în cazul unor organizații cvasi-religioase, cum ar fi cercetașii sau francmasonii. Este interesant că Biserica catolică, ce are una din cele mai scurte scări ierarhice – doar cinci nivele de la laici la Papă –, este rezervată exclusiv bărbaților, cărora le cere în mod explicit să rămână celibatari pentru a putea avansa. Poate că celibatul sporește nevoia de a urca în ierarhie.

— **Apartenența.** Majoritatea oamenilor au resorturi care îi îndeamnă să se integreze într-un grup. Pentru mulți oameni singuri, această memă este suficient să-i atragă spre orice religie este la îndemână și organizează întâlniri regulate. Știu câțiva unitarieni care recunosc că nici măcar nu cred în Dumnezeu; pur și simplu le place să meargă la biserică și să se întâlnească cu grupul lor.

Știință vs. Religie

Deși memetică explică extrem de clar cum au evoluat religiile, *nu* ne forțează să concluzionăm că religia e un lucru rău. Aceasta este o concluzie automată la care ajung adesea cei care descoperă că în spatele succesului unei dogme religioase au stat memele, dar este o concluzie superficială. Din contră, memetică poate ajuta la unirea științei și religiei după secole în care au fost despărțite.

Prăpastia dintre știință și religie a apărut practic când a apărut știința. Învățăturile religioase luptă de secole cu teoriile științifice. Cu fiecare nouă descoperire, știința pune din ce în ce mai mult sub semnul întrebării istoriile și explicațiile religiei. Mulți oameni care gândesc științific nu pot înțelege cum pot unii să creadă ceva ce este evident neadevărat sau ceva în care nu e *nevoie* să crezi pentru a explica funcționarea universului.

Majoritatea oamenilor inteligenți pe care îi cunosc se împart în două tabere când vine vorba de religie. Unii devin agnostici sau ateï, nevrând să creadă ceea ce ei consideră a fi povești imposibile despre puteri supranaturale, nașteri din fete virgine, despărțirea mărilor și alte miracole. Alții adoptă o religie și încearcă să explice logic „adevărul” acestor povești⁴¹ sau să le trateze ca mituri alegorice și nu ca Adevăruri.

Deci iată-ne oarecum în impas. Mulți dintre credincioși *știu* că au avantaje din faptul că cred: văd și simt rezultatele tangibile ale acestui lucru în viața lor. Mulți dintre cei care resping religia *știu* că au

dreptate: modul în care înțeleg ei lumea îi face să vadă clar că aceste mitologii sunt doar basme și de ce ar vrea cineva să creadă într-un basm? Și astfel cele două grupuri stau de o parte și de alta a unei prăpăstii, strigând unii la alții sau întorcându-și spatele, dar rareori venind unii către ceilalți.

Spre gloria lui Dumnezeu

O convingere răspândită printre credincioșii întrebați care este scopul vieții lor este că își dedică timpul petrecut pe Pământ gloriei lui Dumnezeu. Ce înseamnă asta? În primul rând, înseamnă că ei sunt convinși că *au* un scop în viață, lucru de care majoritatea oamenilor necredincioși nu sunt siguri.

Și ce dacă? O atitudine tipică, deși dură din partea comunității științifice, raționale, ar fi: „Chiar îi compătimesc pe acești bieți proști religioși care aleargă de colo-colo ca niște pui cu capetele tăiate, dedicându-și viața «„gloriei» unui Dumnezeu care nu există”. Și, desigur, părerea credincioșilor despre empiriștii fără Dumnezeu, pe care-i compătimesc pentru că nu știu ce înseamnă să fii cuprins de extazul divin.

De obicei, oamenii înclinați către cunoașterea de tip științific reproșează religiei supradoza de *credință* – faptul că se crede în ceva fără nicio dovadă sau chiar în ciuda dovezilor în favoarea contrariului. Ei dau cruciadele și inchiziția spaniolă ca exemple de cât de distrugătoare poate fi credința în ceva fără fundament științific. Asta mă uimește întotdeauna întrucât, ca oameni de știință, ar trebui să știe că nu poți dovedi o teorie doar cu câteva exemple, mai ales când există o mulțime de exemple de lucruri bune create de oameni ca rezultat al credinței lor și de lucruri rele create de cei care nu cred – chiar de oameni de știință, de altfel! Uniunea Sovietică, oficial atee, și armele de război sunt exemple evidente. Nu spun că toți oamenii de știință care fac arme sunt lipsiți de credință, doar sugerez că credința lor nu transpare din ceea ce fac.

Dar haideți să vedem câteva lucruri care sunt rezultatul credinței: majoritatea operelor importante de arhitectură, artă și muzică! Am fi mult mai săraci fără Capela Sixtină, *Cina cea de taină* sau *Iisus este bucuria mea* a lui Bach. America a fost construită pe etica muncii protestanților, iar revoluția care a creat Statele Unite se bazează pe recunoașterea drepturilor date de Dumnezeu. Majoritatea instituțiilor filantropice sunt organizații religioase, care funcționează mult mai eficient decât programele de protecție socială ale guvernului. Chiar și cel mai convins empirist nu poate să nu recunoască *rezultatele* credinței.

Motivul pentru care oamenii cred în Dumnezeu este acela

că atunci când cred că au un scop în viață, realizează lucruri pe care altfel nu le-ar realiza.

Convingerile (memele) pe care le aveți la un moment dat vă programează mintea să lucreze într-un anumit fel, așa cum programarea unui calculator îl face să îndeplinească anumite sarcini. Dacă vă programați cu ideea că viața este lipsită de sens, probabil veți trăi o viață lipsită de sens. Dacă, pe de altă parte, vă programați cu ideea că viața dumneavoastră are un scop, veți avea grijă să vă îndepliniți acel scop.

Memul-strategie de a avea un scop în viață, care vă ajută în realizarea de sine, este unul din motivele pentru care religiile au succes. Acum, dacă nu vreți să înghițiți o grămadă de povești doar pentru a avea o existență mai împlinită, nu vă învinovațesc. Dar nu trăiți nici cu iluzia că modul în care dumneavoastră credeți *la ora actuală* că funcționează lumea este corect. Toți avem tendința de a ne iluziona și de a ne minți singuri; poate că problema este de a alege în mod conștient setul bun de iluzii care să ne ducă în direcția în care vrem să mergem.

Capitol unsprezece

Virusii proiectați (cum se inițiază un cult)

„Primul om care a împrejmuit un teren și a spus «E al meu», și a găsit alți oameni suficient de naivi să-l creadă a fost adevăratul întemeietor al societății civile”.

Jean-Jacques Rousseau

De-a lungul istoriei, au existat întotdeauna oameni care să-i manipuleze pe ceilalți pentru a obține sex, bani și putere, încă nu am depășit această fază. Noua știință a memeticii oferă instrumente extrem de puternice pentru manipulare: virusii proiectați care, odată eliberați, se autocopiază și canalizează viețile oamenilor către îndeplinirea scopurilor virusilor. Spre deosebire de virusii culturali, care evoluează astfel încât să se autoperpetueze, acești virusii proiectați machiavelici sunt în slujba creatorului lor.

Acum, dacă aș fi singurul care știe toate astea, poate n-aș scrie despre ele. De ce să pun și mai multe instrumente în mâinile oamenilor răi? De ce să risc să rămân în istorie ca noul Machiavelli? Deja am primit câteva avertismente de la cei care se tem de ce se va întâmpla când această tehnologie va fi cunoscută pe scară largă.

Dar ideea este că există deja virusii proiectați. Informând lumea întreagă despre modul în care operează nu fac altceva decât să dau tuturor șanse egale. În același fel în care dumneavoastră ați avertiza o tânără inocentă în legătură cu un pretendent alunecos cu reputație de

afemeiat, eu mă simt obligat să dau în vileag modalitățile ascunse prin care acționează virușii proiectați. Intenția mea este să-i ajut pe oameni să nu se lase dominați sau programați fără să știe cu memele virușilor proiectați.

Memele cu care suntem programați ne determină comportamentul. De aceea sunt virușii minții atât de înspăimântători și puternici. Dacă ar fi doar o problemă de a fi infectat cu o memă prostească de tipul *Luna e făcută din brânză verde* și a trăi apoi o viață fericită și îmbelșugată în ciuda acestei informații greșite, n-ar fi mare lucru. La urma urmei, dacă ați ajunge vreodată pe Lună ați vedea că nu e făcută din brânză verde și ați spune: „Oo, ce chestie interesantă”. Nimic important.

Dar memele noastre ne determină comportamentul, iar când virușii minții ne infectează cu meme care ne fac să acționăm în feluri care ne îndepărtează de urmărirea fericirii avem o problemă. *Virusul minții este* o încercare imperios necesară de a-i atenționa pe oameni în privința acestui pericol.

În acest capitol, voi analiza cum va fi viața în noua eră a virușilor proiectați, voi examina componentele care intră în proiectarea lor și voi face câteva speculații asupra unor viruși care s-ar putea să circule deja.

Virușii viitorului

În viitorul nu chiar atât de îndepărtat, cea mai mare parte a culturii noastre va fi reprezentată de virușii proiectați. De ce? Pentru că acum, că știm să-i proiectăm, o vom face. Vom cuceri peisajul conceptual la fel de sigur cum am cucerit zonele sălbatice. La început, virușii proiectați vor concura cu virușii culturali pentru a obține o parte a minții noastre. Curând, virușii culturali vor pierde pentru că selecția naturală după care evoluează nu este atât de rapidă cum este crearea conștientă a virușilor proiectați. Vechile moduri de gândire nu vor dispărea de tot, dar din ce în ce mai mulți oameni infectați cu vechi viruși culturali vor fi îngrașiți în enclave izolate, cum sunt membrii comunității Amish.

După acea bătălie, virușii proiectați vor trebui să înceapă să se lupte unul cu altul și va fi nevoie de o tehnologie din ce în ce mai sofisticată pentru a se crea un învingător în războiul minții. Vom vedea programe de calculator făcând simulări memetice sofisticate pentru a regla fin memele înainte de a le lansa.

Ce fel de viruși ai minții proiectați vor exista în viitor? Depinde de intențiile și de priceperea creatorilor lor – și de memele cu care sunt infectați acești creatori! Eu mă aștept să văd mulți viruși motivați de profit, mulți viruși motivați de putere și poate câțiva motivați de

viziunea cuiva despre un viitor mai bun pentru omenire.

Virusii pentru profit

Virusii proiectați motivați de profit, dintre care mulți sunt astăzi perfect legali, își au originile obscure în dubioasa schemă a lui Ponzi.⁴² Charles Ponzi a fost un emigrant italian care a înființat o companie în 1919 în Boston, numită Securities Exchange Company. El s-a oferit să restituie investițiile oamenilor în 90 de zile cu o dobândă de 50 %: o investiție de 10\$ aducea un profit de 15\$ în trei săptămâni.

Ponzi cumpăra cupoane poștale internaționale în Europa și, datorită fluctuațiilor pe piața valutară, le schimba în Statele Unite, obținând un profit. Oamenii au început să bănuiască ceva necurat atunci când un ziar a descoperit că, deși în firma lui Ponzi fuseseră investiți 15 milioane de dolari în 8 luni, se vânduseră cupoane poștale de doar 360 de dolari – în întreaga lume!

Schema lui Ponzi era simplă: atât timp cât numărul investitorilor săi continua să crească, el îi putea plăti pe primii cu banii dați de următorii. Când povestea a ajuns la ziar și oamenii au încetat să investească, Ponzi era dator 7 milioane de dolari și avea bunuri de doar 4 milioane. Cei care intraseră mai târziu în schemă n-au mai avut noroc.

Virusul minții din schema lui Ponzi, totuși, n-avea nicio legătură cu schema în sine. A fost răspândirea memei-strategie *Investește alături de Ponzi*. Alăturată unor meme puternice de tipul *oportunitate și recompensă* – o memă *îmbogățește-te rapid* –, schema lui Ponzi a atras atâta atenție încât s-a răspândit rapid printre locuitorii din Massachusetts și din statele vecine.

Acțiunile lui Ponzi erau aparent frauduloase: el îi mințea pe oameni în legătură cu lucrurile în care investeau. Dar *schema piramidală* care a rezultat nu necesita nicio minciună spusă investitorilor – mecele sale lucrau cu sinceritate totală, într-o schemă piramidală tipică, există o diagramă organizațională în formă de triunghi, cu un nume în vârf, două nume la nivelul următor, câte două nume sub fiecare din cele două de dinainte, adică patru în total la nivelul al treilea, și de două ori mai multe, adică opt, la ultimul nivel.

Participantul la joc al cărui nume este în vârful diagramei dă o „petrecere piramidală” pentru a recruta noi participanți. Nivelul de la bază, cu opt locuri, este gol, iar gazda speră să-l completeze. Participanții trebuie să-și cumpere locurile cu, să zicem, 1.000 de dolari. Din aceștia, 500 merg la persoana din vârful piramidei și 500 la persoana din rândul de patru de deasupra noului recrutat. Îți recuperezi rapid investiția dacă recrutezi doi noi participanți.

Când toate cele 8 locuri s-au ocupat, gazda, care și-a recuperat

demult cei 1.000 de dolari, de când făcea parte din nivelul de patru, se retrage cu un profit de 4.000 de dolari. Atunci piramida se împarte în două, iar cei doi participanți de la nivelul de doi devin gazde ce au perspectiva de a câștiga 4.000 de dolari. Ce afacere!

Schemele piramidale se bazează pe aceleași meme ce acționează resorturi pe care se bazează și schema Ponzi, dar au în plus puternica forță a *evangelismului*. Din moment ce persoanele infectate au o miză atunci când atrag noi participanți în virusul piramidei, iluzia recompensei nu trebuie să fie așa de mare ca în cazul schemei Ponzi. În loc să atragă pur și simplu noi investitori, armata de recrutanți îi infectează intenționat pe oameni cu virusul piramidal.

Deși mecanismul de răspândire a virusului piramidei este diferit de cel al schemei lui Ponzi, cele două au eșuat din același motiv. Fiind dependente de creșterea exponențială, au epuizat rapid fondul de participanți. Inițiatorul piramidei trebuie să înscrie doar 14 oameni pentru a câștiga cei 4.000 de dolari; după 10 divizări ale piramidei, noii participanți din rândul de opt trebuie să înscrie 14 336 de noi participanți, care să investească în total 14 336 .000 de dolari, pentru ca toți cei opt să câștige.

Când ați văzut „virusi pentru profit” v-ați gândit imediat la Amway? Amway este cel mai de succes dintre virusii pentru profit care proliferază la ora actuală și care sunt cunoscuți sub numele de *multilevel marketing / marketing multi-nivel (MLM)*. Acesta este diferit de schema piramidală și este legal, în loc să vândă calitatea de membru într-o organizație, calitate care n-are nicio valoare decât aceea că-ți dă dreptul de a vinde mai multe calități de membru, MLM creează o rețea piramidală de distribuitori ai unui anumit produs. Distribuitorii din vârful piramidei primesc un procent din vânzările distribuitorilor recrutați de ei care se află la baza piramidei.

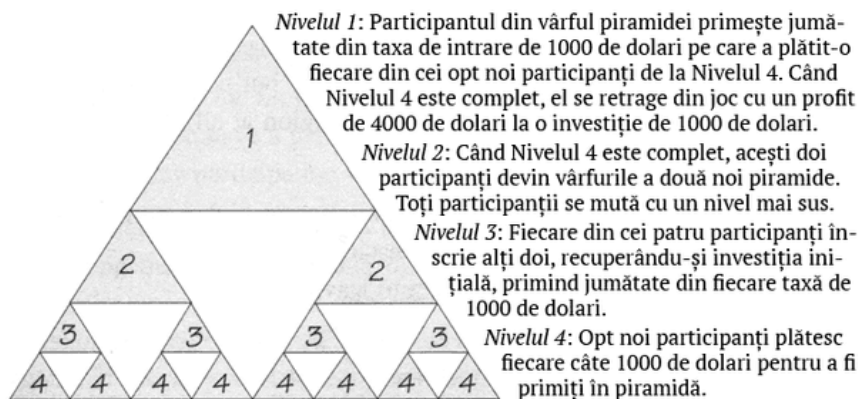
Pentru ca o companie onestă MLM să funcționeze, recompensa pentru membri trebuie să țină seama de succesul lor atât la vânzarea produsului, cât și la recrutarea de noi membri. Profiturile mari merg la cei relativ puțini care, prin insistență și o bună stăpânire a artei de a vinde, construiesc sub ei o mare organizație de succes. Recompensa lor financiară vine pe socoteala celor mulți care se alătură companiei, risipesc ceva energie și hotărăsc că nu e pentru ei.

Este o afacere ce se bazează pe oportunități egale și pe supraviețuirea celui mai adaptat. Într-un anume fel, MLM poate fi considerat ca fiind superior din punct de vedere moral firmelor tradiționale ale căror structuri organizaționale nu se prea schimbă. În cazul companiilor tradiționale, cei aflați în vârf tind să rămână acolo, obținând mari profituri de pe urma angajaților aflați mai jos în ierarhie, care au relativ puține ocazii să avanseze.

Marketingul multi-nivel este afacerea viitorului. Întrucât reclamele

media și competiția pentru mintea consumatorului devin din ce în ce mai costisitoare, zgomotoase și aglomerate, ocazia de a vinde direct și ieftin printr-o rețea cu mai multe nivele devine din ce în ce mai atractivă.

Exemplu de schemă piramidală



O schemă piramidală ca aceasta este un exemplu de virus pentru profit.

Cheia către un virus pentru profit de succes este să oferi un stimulent pentru evanghelizarea sau înscrierea de noi membri.

Cu câțiva ani în urmă, compania de telefonie MCI a introdus un virus pentru profit care a avut mare succes, numit „Prietenii & Familia MCI”. Abonații au primit mari reduceri pentru convorbirile cu prietenii și familiile lor, dar numai dacă-i *înscriau!* **n** program. Excelent! După puțină publicitate la începutul programului, acesta a avut potențialul de a continua pe cont propriu.

Programul „Prietenii & Familia MCI” a avut probleme din cauza reacției tardive a celor de la AT & T. Gigantul de telefonie a cheltuit probabil zeci de milioane de dolari pe reclame anti-MCI. Aceste reclame au creat meme-asocieri negative cu programul MCI și au promovat programul AT & T, care oferea reduceri indiferent dacă *înscriai* sau nu alți membri.

Ca reacție la campania AT & T, MCI a trebuit să caute altă abordare. Dacă ar fi înțeles memetică însă, ar fi putut să rămână la cea curentă sau chiar să adauge meme mai bune programului Prietenii & Familia. Vedeți dumneavoastră, AT & T ar fi trebuit să-și facă reclamă încontinuu pentru a contracara virusul autoperpetuant pentru profit al celor de la MCI. AT & T ar fi putut face o afacere și mai bună, dar nu au procedat ca MCI și nu au valorificat forța exponențială a autoreplicării, cea mai puternică forță din univers.

Virusii puterii

Cineva a spus odată că un cult este o religie care nu are încă suficienți adepți. Nu sunt de acord cu această definiție, dar nu din motivele pe care le credeți dumneavoastră: nu cred că un cult trebuie neapărat să fie o religie. Un cult are două elemente cheie:

1. Fiecare individ se dedică unei misiuni sau unui scop mai înalt, pe care însă nu l-a ales ca rezultat al unei reflecții personale, conștiente.

2. Părăsirea cultului are consecințe serioase.

Aceste două meme – *angajarea față de o misiune și consecințele părăsirii cultului* sunt suficiente pentru a pune viața și munca oamenilor în slujba unui cult. Când ele se combină cu orice formă de *evangelism*, se creează un puternic virus al minții, un *virus al puterii* care se răspândește automat cât se poate de mult la nivelul populației.

Cultul este un fel de virus al puterii. Ideea de bază a cultului este să ofere putere, sub formă de acces la bani, sex și/sau energie a oamenilor, conducătorului cultului.

Când membrii unui cult își dedică toată energia unui scop care se află în afara lor, acest lucru oferă putere respectivului scop exterior.

Cuvântul *cult* se referă de obicei la organizații considerate periculoase de către mase, dar modul de lucru al virușilor puterii este același, indiferent dacă organizația are un scop moral, imoral sau amoral.

În mod tipic, cultele au o misiune către îndeplinirea căreia pretind că acționează – poate o misiune sacră. Membrii sunt condiționați să creadă că îndeplinirea acestei misiuni este cel mai important lucru pe care îl pot face cu viața lor și trebuie să fie gata să sacrifice totul pentru acest scop. Odată ce sunt programați cu această memă, devin un fel de sclavi.

Dacă la ora actuală vă dedicați viața unei misiuni sau unui scop înalt, vă sugerez să vă reconsiderați acest devotament pe baza a trei întrebări-test:

1. Dacă ați fi întrebat: „Care este cel mai important lucru pe care îl puteți face cu viața dumneavoastră?”, ați răspunde că este îndeplinirea acelei misiuni?

2. Există dovezi care indică faptul că apartenența dumneavoastră la acel grup este cea mai eficientă modalitate de a îndeplini misiunea respectivă?

3. Aveți un sentiment personal de împlinire care derivă din faptul că participați zi de zi la activitățile grupului?

Dacă ați răspuns „nu” la vreuna din întrebări, atunci ce naiba faceți acolo? Dacă vi s-a părut greu să răspundeți, părerea mea e că sunteți într-o formă excelentă. Dacă v-a fost ușor să răspundeți „da” la toate trei întrebările, aproape sigur ați fost programat și ar trebui cel puțin să luați o mică pauză și să mergeți o vreme să respirați aer

curat.

Megacorporațiile în continuă expansiune sunt viruși ai puterii și încep să utilizeze tehnici ale virușilor proiectați pentru a deveni din ce în ce mai puternice. Într-o economie de piață nu este surprinzător că găsim corporații care utilizează din ce în ce mai bine memele pentru a-și atinge scopurile economice. Ca întreaga evoluție a membrilor, și acest lucru se poate întâmpla fără vreo intenție conștientă.

Companiile care încearcă strategii de valorificare a membrilor se descurcă mai bine și sunt imitate de celelalte.

A devenit un obicei răspândit în America corporatistă ca unele companii să facă *declarații de misiune* și să le ceară angajaților să subscrie la ele. Acestea sunt grupuri clar exprimate și neamenințătoare de valori corporatiste, cum ar fi „angajamentul de a oferi servicii de calitate” și „devotamentul față de client”.

Care este scopul unei declarații de misiune? Este acela de a-i face pe toți să meargă în aceeași direcție, astfel încât munca fiecărui angajat să se sprijine pe a celorlalți. Fără această aliniere, oamenii tind să lucreze fiecare în scop propriu și s-ar putea trezi că eforturile lor se anulează unul pe altul în loc să contribuie la ceva important.

Ideea de a alinia intențiile oamenilor are atâta succes încât o întreagă economie a apărut în jurul seminariilor de pregătire corporatistă menite să facă exact acest lucru. Când încetează însă această pregătire corporatistă să pregătească și începe să condiționeze, să programeze și să spele creierul? Când ești afundat într-o astfel de cultură, fie ea cult sau corporație, este greu să îți dai seama dacă îndeplinirea misiunii grupului este într-adevăr cea mai bună utilizare pe care o poți da vieții tale. *Chiar așa?* Aceasta este o bună întrebare pe care să v-o adresați în mod conștient.

O altă strategie de valorificare a membrilor utilizată de corporații se numește *cătușele de aur*. Aurul din care sunt făcute aceste cătușe este recompensa financiară, de obicei sub formă de acțiuni, care se acordă angajatului în schimbul rămânerii pe termen lung în cadrul companiei.

Cătușele de aur nu sunt altceva decât membrul *consecințele părăsirii organizației*, aceeași memă care este folosită și de culte pentru a-și ține membrii pe loc.

Altă metodă de a lega oamenii de o organizație este efectul de disonanță cognitivă al ritualului de inițiere. Dacă oamenii sunt făcuți să treacă printr-o încercare chinuitoare, cum ar fi o farsă de genul celor pe care le fac membrii fraților, se întâmplă unul din două lucruri: ori novicele pleacă mai bine decât să suporte durerea, ori se creează sau întărește în mintea lui o memă reprezentând valoarea apartenenței la organizație.

După inițiere, membrii unei frații simt că s-a creat o legătură între

ei și organizație și că apartenența la ea le dă un sentiment irațional de valoare, sentiment pe care nu l-ar avea dacă n-ar fi trecut prin ritualul de inițiere.

În vreme ce corporațiile rareori se folosesc de astfel de ritualuri, în multe profesii există conceptul de *a-ți face datoria*, adică de a trece printr-o etapă în care ai îndatoriri mai puțin plăcute și mai grele, după care te poți muta pe o poziție mai bună. Aceasta te face să crezi că ai o slujbă mai bună decât ai crede altfel.

Bandele de tineri au în general ritualuri de inițiere care implică înfăptuirea unui delict sever. Acestea îndeplinesc un scop dublu: au efectul programator sau de spălare a creierului al unei disonanțe cognitive și oferă asigurarea că inițiatul a acceptat fărădelegile culturii bandei.

Pe vremuri mă uitam mult la televizor. Acum nu mă mai uit, dar una din emisiunile mele preferate era un episod din *Legături de familie* în care Alex, adolescentul ultraconservator, se îndrăgostește de o fată care este activist liberal. Pentru a se apropia de ea, participă la întâlniri ale organizației ei și chiar merge până la a pregăti un discurs împotriva a tot ce crezuse până atunci.

În vreme ce Alex a recunoscut adevărul și i-a mărturisit totul fetei înainte de a fi prea târziu, câți dintre noi pornesc pe panta unor anumite convingeri politice din motive similare?

Convingerile sunt ca potecile pentru vite. Cu cât mergi mai mult pe o potecă, cu atât mai mult ți se pare că e drumul corect.

După câțiva ani în care ai convingeri liberale și iei decizii pe baza lor – gata! ești liberal! Este mult mai dificil și consumă mult mai multă energie să pornești de la zero în cazul fiecărei probleme și să te gândești la ea în mod serios decât să încerci să fii consecvent cu un anumit set de convingeri.

Aici intervine iar Ralph Waldo Emerson, care spunea că „consecvența prostească este apanajul minților mărunte”. Adesea îi surprind pe oameni cu ceea ce lor li se pare a fi o lipsă de consecvență din partea mea. Bine! Asta înseamnă că mă feresc de potecile pentru vite!

Mă întreb ce s-ar întâmpla cu un Kennedy sau un Dole dacă ar fi aleși în mod miraculos pe viață în Senat și nu ar mai trebui să fie purtători de cuvânt ai Stângii sau ai Drepteii. Nici nu e o ipoteză atât de trasă de păr. Au existat mulți judecători de la Curtea Supremă care au surprins pe toată lumea votând mai liberal sau mai conservator decât ar fi presupus președintele care i-a numit, după ce s-au văzut în poziția respectivă pe viață. Atunci s-au simțit liberi să gândească singuri, și nu cum le dicta o ideologie sau alta.

Când îi faci pe oameni să se dedice unui sistem de

convingeri și să ridice bariere care să-i împiedice să se răzgândească, te folosești efectiv de viața și energia lor. Dacă adaugi evanghelistul, ai creat un virus al puterii care se răspândește singur, folosind viețile oamenilor pentru a atinge un scop.

Alinierea la un scop nu e neapărat un lucru rău – trebuie doar să vă asigurați că scopul este unul la care subscrieți în mod conștient, care face ceea ce spune că face și care vă aduce împliniri personale. Microsoft, unde am lucrat mult timp, a avut de la început o misiune clară, exprimată de cofondatorul companiei, geniul vizionar Bill Gates: câte un calculator pe fiecare birou și software-ul Microsoft pe fiecare calculator. Dincolo de această misiune se afla o grupare de valori⁴³ cu care era de acord toată lumea din cadrul companiei: excelență la nivel tehnic, intoleranță față de proasta calitate, producție de cea mai înaltă calitate și, mai presus de toate, dorința de a fi numărul unu.

N-aș paria împotriva lor.

Învelișurile virușilor

Dacă chiar vreți să inițiați un cult sau vreun alt virus al minții, acum știți tot ce trebuie să știți. Trebuie doar să găsiți niște meme care să-i atragă pe oameni și să-i programeze să vă îndeplinească ordinele, inclusiv să evanghelizeze cultul mai departe. Dar aveți grijă! Virusul minții e cel care deține puterea, nu dumneavoastră. Amintiți-vă de Jim Jones și de David Koresh.

E interesant că odată ce aveți învelișul unui virus de succes trebuie doar să-l umpleți cu un program, cu condiția ca acesta să nu interfereze cu funcția primară a virusului, aceea de a se autoreplica. Există multe exemple de astfel de învelișuri în viața modernă:

— **Organizațiile care fac campanie politicienilor.** Acestea folosesc deseori aceeași formulă de bază: închiriază un spațiu liber pentru birouri, adună oameni și le cer să se înscrie ca voluntari, apoi îi fac să aducă alți voluntari. Voluntarii se autoreplică și apoi pot fi programați cu orice agendă politică.

— **Comaniile de marketing multi-nivel**, pe care le-am descris mai devreme. Produsul vândut este de importanță secundară față de structura afacerii. Desigur că trebuie să aveți un produs real pentru ca afacerea să fie legală, dar ceea ce o face să funcționeze este programarea membrilor în așa fel încât să recruteze alți membri.

— **Seriile de seminarii despre care se duce vestea din gură-n gură.** Participanții urmează un seminar intensiv cu o durată de câteva zile, în urma căruia se simt foarte bine. Amestecate cu conținutul cursului, utilizarea condiționării, disonanța cognitivă și tehnicile de tip cal troian îi programează să facă două lucruri: să recruteze noi

participanți pentru următoarea ediție a aceluiași seminar și să se înscrie la următorul seminar din serie, care este mai scump.⁴⁴

Ideea comună în cazul tuturor învelișurilor de viruși ai minții este evangheliismul. Direct sau indirect, trebuie să recrutezi membri care recrutează alți membri care recrutează alți membri. Când ai un bun înveliș de virus, poți să-ți introduci programul în el, să ții pumnii strânși și să speri că nu suferă mutații în așa fel încât să se întoarcă împotriva ta.

Virusi ce ajută la creșterea calității vieții

Într-un viitor în care virușii minții vor prolifera, cei pe care eu personal vreau să-i văd câștigând sunt virușii care contribuie la creșterea calității vieții. Acești viruși pot fi ajutați să câștige în două moduri:

1. Evanghelizare, evanghelizare, evanghelizare! Când dați peste meme care vă plac, răspândiți-le în mod conștient! Liniștea este moartea memelor.

2. Faceți-vă un scop din adunarea la un loc a tuturor memelor care acționează resorturi cu meme care duc la creșterea calității vieții. Arătați cum ne ajută acestea copiii! Amintiți-le oamenilor că aceasta este o criză! Dați-le mâncare! Oferiți-le sex! Orice. Complacerea în actuala stare de lucruri duce la înfrângere în lumea virușilor minții – concurați cu toate aceste meme care se autoreplică și care sunt făcute să ne ducă înapoi la vremurile preistorice.

Evangheliismul și acționarea de resorturi pe care le promovez vi se par prea machiavelice pentru gustul dumneavoastră? Vi se pare o ipocrizie, ca și cum aș sprijini manipularea în scopul salvării de manipulare? Sper că nu. Nu vreau să mințiți, doar să înțelegeți efectul pe care îl aveți asupra lumii prin răspândirea memelor. Virușii minții ne folosesc pe toți, tot timpul. Vreau să-i alegeți pe cei pe care să îi răspândiți în mod conștient, nescăpând nicio clipă din ochi ce e mai important pentru dumneavoastră.

Bestsellerul lui James Redfield, *The Celestine Prophecy* / *Profeția celestină*, este un virus al minții eficient. Este o istorisire fictivă despre modul în care autorul a descoperit un manuscris străvechi – manuscris care pretinde c-ar conține o „rețetă” pentru un viitor roz al umanității. Acum nu știu dacă Redfield a făcut acest lucru intenționat sau nu, sau dacă măcar e conștient de asta, dar a pus un virus al minții în carte – unul bun! O să vă explic exact cum funcționează.

Una din lecțiile manuscrisului celestin este că nu există coincidențe. Toate aparențele coincidențe sunt de fapt oportunități de dezvoltare. În particular, când descoperi o coincidență în legătură cu

anumiți oameni, ai datoria să vorbești cu ei până când descoperi ce lecție ai tu de învățat de la ei sau ei de la tine. Cei care citesc *Profeția celestină* absorb memul respectiv și încep să caute astfel de oportunități. Natural, această căutare se transformă adesea într-o recomandare de a citi cartea – de a o evangheliza! *Prestol* S-a născut un virus al minții.

Un sfat al lui Redfield este de fapt nemaipomenit și se leagă de sfatul principal pe care l-am dat în această carte:

Folosiți orice ocazie pentru a răspândi memele care vreți să circule.

Nu sunt un mare fan al tuturor memelor din cartea respectivă, dar de câte ori se deschide subiectul *Profeției celestine* folosesc ocazia pentru a vorbi oamenilor despre memetică. „E foarte interesant”, le spun. „Știați că în cartea aceasta se află un virus al minții?” Și continui cu o discuție vioaie despre virușii minții.

Un virus legat de creșterea calității vieții despre care se știe că a fost creat intenționat – un virus proiectat – este Proiectul Foamea. Creat de grupurile *est* și *Forum* ale lui Werner Erhard, care promovează dezvoltarea personală (ele însele viruși proiectați evanghelizați), nu pretinde a face altceva decât a-și răspândi propriile meme. Tot ce face Proiectul Foamea este să arate oamenilor că există o problemă a foamei la nivel mondial și să le ceară să se angajeze în a o eradica. Membrii grupului nu cumpără mâncare, nu trimit bani săracilor, nu plantează orez – tot ce fac este să țină seminarii la care înscriu participanți la proiect și să adune bani pentru a înscrie și mai mulți participanți.

La prima vedere ar putea părea că aceasta este o preocupare fără sens. Dar nu subestimați efectele răspândirii memelor. Efectul angajării câtorva milioane de oameni într-o încercare de a pune capăt foametei mondiale poate fi substanțial – ei pot merge apoi pe cont propriu și pot pune lucrurile în mișcare. E mai probabil că vor face acest lucru datorită faptului că s-au angajat să o facă.

În orice caz, virusul proiectat a avut succes până acum dacă ne gândim doar la abilitatea lui de a se replica: milioane de oameni au participat la evenimente organizate sub egida Proiectului Foamea încă de la inițierea lui.

Eradicarea foamei la nivel mondial este un scop meritoriu, dar eu vreau să fiu și mai ambițios. Ce ziceți de un virus proiectat care îi dezinfectează pe oameni de virușii minții și-i face să trăiască o viață cât se poate de plină de împliniri? Cum ați lansa un astfel de virus? Ați putea fi siguri că nu se va transforma în ceva indezirabil? În capitolul următor voi discuta natura dezinfecției.

Dezinfectarea

„Dacă și-ar fi folosit geniul în slujba binelui...”

Maxwell Smart, protagonistul serialului *Prindeți-l pe Smart*

Revoluțiile științifice aduc deseori cu ele profunde întrebări filosofice. Revoluția memetică nu e nici ea diferită în acest sens. Nici nu putem vorbi despre dezinfectarea noastră și a societății de acțiunea virușilor minții fără a aduce în discuție două probleme etice foarte importante.

Iată-o pe prima: Am numit acest capitol „dezinfectare”, dar, dat fiind faptul că mințile noastre sunt alcătuite din hardware genetic și software memetic, ce înseamnă a fi dezinfectat? Cu siguranță nu să ne ștergem *toate* meme! Cu ce meme vreți să fiți programați? Aceasta este clasică întrebare filosofică: *Cum ar trebui să mă port?* adusă la un nou nivel: *Cum ar trebui să mă programez?*

A doua întrebare etică este una la care psihologii și cei care practică NLP deja se gândesc. Cu ce meme vreți să-i programați pe alții? *Ce meme ar trebui să răspândesc?* Conștiința faptului că puteți avea o mare influență asupra altor oameni prin meme pe care le răspândiți aduce cu ea o răspundere la fel de uriașă.

Ce ne vine la îndemână?

Reacția imediată a multor oameni este refuzul de a se gândi la aceste probleme. „Este atât de artificial”, spun unii.

„O să fac ce-mi vine la îndemână”, spune vocea instinctului.

Fiți atenți – aduceți-vă aminte pe cine servește „instinctul”.

„Instinctele” dumneavoastră au evoluat astfel încât să maximizeze șansele ADN-ului dumneavoastră de a se replica în vremurile preistorice.

A nu vă gândi niciodată la aceste probleme etice este, desigur, una din modalitățile de abordare a lor. Dacă procedați astfel, lăsați evoluția pe mâna memelor egoiste, care evoluează după tendințele pe care le-am dezvoltat în Epoca de Piatră pentru a ne sprijini genele egoiste. Nu există absolut niciun motiv pentru care evoluția memelor să ne asigure fericirea. Infectarea cu viruși ai minții care ne leagă de terminale ce oferă informații, forțându-ne să ajutăm la replicarea acelor informații, poate să preia controlul dacă nu intervenim.

Credeți că transformarea oamenilor în sclavi ai computerelor este un scenariu tras de păr al viitorului? Uitați-vă înăuntrul oricărei mari clădiri de birouri și o să vedeți câți oameni petrec opt ore pe zi urmând instrucțiunile de pe monitoare până când își strică ochii și mâinile din cauza efortului. Ce fac cei mai mulți dintre ei? Introduc,

copiază, corelează și analizează informații. Meme. Când nu lucrăm, vorbim unii cu alții despre ultimele știri, care probabil au legătură cu pericolele, hrana sau sexul. Meme.

Nu, memele nu vor evolua *automat* pentru a ne ajuta să supraviețuim, ca să nu mai vorbim de a fi fericiți. Evoluția memelor are loc pe o scară temporală complet diferită de cea a evoluției genetice – una mult mai rapidă. Nu avem ce face decât să-i opunem rezistență sau s-o lăsăm să ne domine. Dacă vrem să dirijăm evoluția memelor în așa fel încât să aducă foloase speciei noastre sau vieții pe Pământ va trebui să luăm taurul de coarne. Ignorarea acestor două probleme de etică – admiterea înfrângerii – nu face altceva decât să mențină infecția.

Putem ori să renunțăm la speranța de a trăi o viață mai bună într-o lume mai bună ori să alegem în mod conștient memele cu care să ne programăm și pe care vrem să le răspândim.

Desigur, mulți oameni chiar ignoră aceste probleme etice; mulți nu sunt nici măcar conștienți de ele. Thoreau⁴⁵ a spus: „Marea masă a oamenilor își duc viața într-o disperare tăcută”. De ce? Nu pare să aibă sens – așa cum știu băutorii de bere, ieșim doar o dată în viață, atunci de ce să nu ne bucurăm de tot ce putem?

Pentru că realmente aveți impresia că *trebuie* să respectați aceste programe care v-au fost băgate în cap de virușii minții! Până nu vă eliberați de ele, va fi greu să realizați că viața poate fi diferită, că puteți să vă dați seama ce e mai important pentru dumneavoastră și să vă dedicați viața aceluia scop.

Vindecarea acestei infecții, atât în cazul nostru, cât și al altora, va necesita un efort conștient. Nu se va petrece automat. Dacă doar ne relaxăm și ne uităm la televizor, nu vom evolua probabil într-un mod cu care și eu, și dumneavoastră să fim de acord. Viitorul lumii noastre nu va arăta bine. Chiar dacă eu și dumneavoastră ne vindecăm, dacă nu acționăm în așa fel încât să vindecăm și pe alții, noi și copiii noștri vom trăi într-o lume în care oamenii vor duce vieți din ce în ce mai lipsite de sens. Ei vor fi din ce în ce mai mult, fără să știe, sclavii virușilor minții. Trebuie să acționăm acum.

Gândiți-vă la răspunsurile pe care le dați dumneavoastră personal celor două întrebări etice. Încercați să folosiți unele din ideile prezentate în acest capitol pentru a vă dezinfecta. Dacă doriți, fiți noii campioni ai educației copiilor, și putem începe să ne învățăm copii cum să se păzească de infectare. Imaginați-vă câtă creativitate și contribuții vor fi posibile într-o lume în care copiii învață să fie capabili să folosească la maximum oportunitățile care li se ivesc!

Voi începe acest capitol cu discutarea primei întrebări etice: Cu ce meme ar trebui să mă programez? apoi voi menționa câteva metode

prin care puteți să vă dați seama care este programarea dumneavoastră curentă pentru a vă putea vindeca de acțiunea virușilor minții cu care sunteți infectați la ora actuală. În final, voi deschide problema memelor care vrem să circule în societate și mai ales la nivelul generației următoare, a copiilor noștri.

Căutarea adevărului

Cu ce meme ar trebui să vă programați, acum că aveți ocazia? Al doilea răspuns din punct de vedere al frecvenței (după ignorare) este: *cu meme care reprezintă adevărul*. E greu de înțeles de ce programarea cu meme care sunt adevărate ar putea prezenta vreo problemă. Dar amintiți-vă ce spunea Alfred North Whitehead: toate adevărurile sunt doar jumătăți de adevăruri.

Există câteva probleme cu memul-strategie *Mă programez cu adevărul*. În primul rând, nu putem niciodată să aflăm întregul adevăr al universului. Creierul nostru nu are suficientă capacitate de stocare pentru a-și reprezenta corect întregul univers. Cel mai bun lucru pe care putem să-l facem este să venim cu reprezentări simplificate care funcționează în cea mai mare parte a timpului. Ca să-l parafralez pe Whitehead, convingerea că aceste reprezentări sunt adevărate distruge totul!

În al doilea rând, căutarea adevărului dincolo de un anumit punct duce la confuzie și la pierdere de timp. Utilizarea reluării imediate de către Liga Națională Americană de Fotbal (NFL) este un exemplu perfect. Recunoscând că până și cei mai buni profesioniști fac greșeli, proprietarii din NFL au hotărât cu câțiva ani în urmă să mai aducă un arbitru care să urmărească jocul la televizor. În cazul unei decizii discutabile, el trebuie să oprească meciul, să vizioneze faza în reluare și, poate, să decidă altceva decât arbitrul de pe teren. Arbitrul care urmărește meciul la televizor, având astfel ocazia de a vedea jocul cu încetinitorul și din diferite unghiuri, are șanse mai mari de a lua o decizie corectă – de a ști adevărul!

În 1995, proprietarii din NFL au votat încheierea experimentului cu acest tip de arbitraj. Au hotărât că adevărul obținut în urma acestui proces nu merita oprirea jocului și întreruperea distracției suporterilor. Au observat concurența între bucuria de viață și aflarea adevărului și au votat în favoarea celei dintâi. Acum folosesc reluările la o scară mult redusă.

Persoanele programate cu memul *căutarea adevărului* petrec mult timp analizând întâmplări din trecut, încercând să înțeleagă cine a avut dreptate, cine a greșit, care erau adevăratele intenții ale celorlalți și așa mai departe. Ca și oprirea jocului de fotbal pentru a putea urmări reluările imediate, oprirea pentru aflarea „adevărului” vă

poate distraje de la bucuriile vieții.

În final, „adevărul” se bazează întotdeauna pe un set de presupuneri – meme. Până nu vă înțelegeți cu adevărat programarea memetică, nu sunteți nici măcar conștient că aveți aceste meme care fac ca anumite lucruri să pară adevărate. Din experiența mea, cu cât înțelegeți mai bine propria programare memetică, cu atât vi se pare că mai puține lucruri arată ca și cum ar fi Adevăruri Absolute.

Deci, în afară de ce *ne vine la îndemână* și *adevăr* ca meme-strategii pentru autoprogramare, ce altceva mai avem?

Deservirea ADN-ului propriu

V-ați putea dedica viața replicării propriului ADN. Aceasta nu mi s-a părut niciodată a fi o opțiune atractivă, dar dumneavoastră *ați putea* face din *Deservirea genelor mele* strategia dumneavoastră de programare memetică. Pentru femei, asta ar însemna să facă atâția copii câți pot întreține, ceea ce în majoritatea țărilor civilizate înseamnă câți poate naște. Pentru bărbați, înseamnă fecundare, fecundare, fecundare! Aruncați prezervativele! Scoateți Paginile Aurii și sunați la băncile de spermă! Călătoriți cât puteți și faceți-vă trei sau patru familii în diferite locuri! Asta dacă chiar vreți să vă deserviți propriul ADN.

Dar de ce să deserviți doar ADN-ul din propriul organism? De ce să nu deserviți tot ADN-ul uman? Sau, pe al tuturor animalelor, insectelor, bacteriilor... virușilor?

Dacă vreți să vă deserviți propriul ADN, țineți minte: *ce ne vine la îndemână* nu mai merge. Va trebui să gândiți. S-ar putea să nu fie întotdeauna ce pare cel mai bine. Va trebui să fiți conștient că aveți scopul respectiv în viață și să vă programați pentru el. Dar dacă e să vă alegeți un scop pentru viața dumneavoastră, deservirea ADN-ului mi se pare unul cam prostesc.

Un scop în viață

Oamenii care par să obțină cel mai mult de la viață, dintre cei pe care îi cunosc, sunt cei care au un scop. Acum, există o infinitate de scopuri în viață; și, de fapt, există o mulțime de culte, corporații și alți viruși ai minții fericiți să vă dea un scop care servește *propriilor lor* scopuri. V-aș sugera să alegeți un scop „mai înalt” care să vă maximizeze senzația de împlinire și bucuria de viață.

Psihologi și psihiatri ca Abraham Maslow și Viktor Frankl au observat că atunci când oamenii sunt dornici sau forțați să înceteze a se îngrijora în legătură cu propria supraviețuire și crizele iminente, au un alt set de instincte, numite „scopuri mai înalte” sau „vocație”. De

unde au venit aceste instincte? Sunt două răspunsuri posibile la această întrebare. Unii vor spune că vin de la Dumnezeu. Alții vor considera că aceste instincte „există” pur și simplu în creierile noastre ca artefacte ale evoluției – ca efecte secundare ale sprijinirii de către ADN a propriei replicări. Din fericire, ambele puncte de vedere funcționează la fel de bine în analizarea modului în care aceste porniri sunt legate de meme.

Aceste instincte par să varieze și mai mult la nivel individual decât resorturile de rangul doi descrise în Capitolul 5. Ajutarea oamenilor să-și găsească vocația sau scopul în viață îmi oferă foarte multe satisfacții și este unul din scopurile primei mele cărți, *Dincolo de OK*, și al seminarului meu *Munca vieții dumneavoastră*. Aceste instincte constituie ceea ce unii oameni numesc spiritualitate; ele sunt prin definiție instincte ale fiecărui individ de a-și trăi viața așa cum consideră că e mai bine.

Atunci când au destulă minte pentru a privi dincolo de frecușurile zilnice, oamenii tânjesc să-și îndeplinească scopul vieții lor.

Virusii minții ne îndepărtează viața de acest scop. Mulți dintre noi sunt infectați fără să știe cu acești paraziți nedoriți. Haideți să-i descoperim și să-i distrugem astfel încât să putem lua ce-i mai bun de la viață.

Zen și arta devirusării

Deși maeștrii Zen nu au auzit niciodată de cuvântul memă, conștientizarea memelor cu care suntem programați constituie esența disciplinei Zen. Învățarea modului în care să te eliberezi din închisoarea gândurilor și programelor mentale de câte ori vrei este deosebit de valoroasă.

Practicantii Zen meditează asupra unor povestioare numite *koan* într-un efort de a-și antrena mintea să facă doar acest lucru. Ei învață să asimileze exact ceea ce percep prin intermediul simțurilor și să desființeze memele-distinției artificiale ale ideilor și conceptelor umane. Așa cum v-ar spune orice adept Zen, este aproape imposibil să înțelegi ce înseamnă asta dacă nu ai făcut acest lucru.⁴⁶ Se spune că practicarea cu succes a budismului Zen provoacă un sentiment extraordinar de pace și claritate. Poate să fie una din metodele de vindecare de acțiunea virusilor minții dacă sunteți dispuși să petreceți 20 de ani practicându-l (sau, dacă vă grăbiți, cum spune o povestire Zen, 30 de ani).

Totuși, Zen nu constituie un răspuns în sine la întrebarea cum să profiți de viață la maxim. Iar rezultatele devirusării apar doar la individul care petrece decenii urmând disciplina și nu la nivelul

societății în întregime, societate în care tot trebuie să trăiești. Nu e de mirare că atâtea povestiri despre călugări Zen se termină cu mutarea lor în vârful muntelui sau sub un pod, unde să-și trăiască restul vieții în singurătate. Odată ce ți se limpezește mintea, e ușor să-ți dai seama că restul oamenilor aleargă de colo-colo fără sens ca niște pui după ce li s-au tăiat capetele.

În caz că vă întrebați dacă practica Zen ori simpla conștientizare a gândurilor dumneavoastră vă aduce beneficii, iată un test ușor: Vă puteți ușor întrerupe conversația interioară pentru ca doar să *existați*? Încercați să puneți această carte deoparte și să nu vă gândiți la nimic în următorul minut. Faceți-o acum.

Dacă ați întâmpinat dificultăți – dacă ați continuat să vă vorbiți dumneavoastră înșivă în gând sau dacă ați continuat să vă gândiți la diverse lucruri care vi s-au strecurat în minte și v-au împiedicat să percepeți ce este în jurul dumneavoastră în acest moment – aveți șansa de a câștiga o abilitate importantă practicând observarea propriilor gânduri. Data viitoare când vă plictisiți și sunteți tentat să dați drumul la televizor, încercați această tehnică de „meditație” non-mistică, mie mi s-a părut utilă: așezați-vă confortabil și goliți-vă mintea de gânduri. Dacă ele vi se strecoară înapoi în minte, nu le luați în seamă; doar observați-le și lăsați-le să treacă. Vedeți dacă puteți face acest lucru timp de cinci minute și apoi observați cum vă simțiți.

Dacă învățați să vă întrerupeți dialogul interior, ați făcut primul mare pas spre eliberarea de sub tirania virusilor minții. Chiar dacă încă s-ar putea să nu realizați exact ce programe „rulați” pentru că ele vă ajută să vă îndepliniți scopul în viață și ce programe rulați pentru că ați fost infectat cu un virus al minții, cel puțin știți cum să le închideți când doriți. Mai mult, când vă liniștiți mintea, puteți să vă folosiți mult mai bine intuiția, ceea ce vă va conduce spre locuri în care s-ar putea să nici nu vă fi dat seama că vreți să ajungeți.

Disciplina Zen se extinde dincolo de capacitatea de a învăța cum să vă întrerupeți dialogul interior. Discipolul Zen trece prin viață privind evenimentele dintr-o serie de perspective diferite oferite de către maestru sub forma *koanurilor*.

Privind viața din aceste perspective diferite, discipolul realizează la un moment dat că multe dintre convingerile despre natura realității, pe care le luase de bune, erau de fapt rodul imaginației sale.

Acest proces, consideră adepții Zen, duce până la urmă la dispariția tuturor convingerilor artificiale și la o înțelegere a lumii la un nou nivel. Chiar dacă n-am petrecut 20 de ani într-o mănăstire Zen, e corect să spun că cele mai multe lucruri pe care le-am învățat ca adult au fost rezultatul examinării lucrurilor din perspective diferite și a constatării că am greșit în privința unei convingeri încăpățănate sau

alteia. La acel moment, oamenii au venit la mine, m-au bătut pe spate și mi-au spus ce fericiți sunt să vadă că m-am schimbat. „De ce nu mi-ai spus despre asta înainte?” i-am întrebat. „Am încercat, „a venit corul de răspunsuri.

O modalitate utilă de a încerca să adopți un punct de vedere flexibil este să profiți de orice dezacord pe care-l aveți cu cineva. În loc să încercați să câștigați cearta sau să vă retrageți din conflict, încercați din toate puterile să vedeți lucrurile din punctul de vedere al celuilalt. O să știți că ați reușit când persoana cu care discutați va spune: „Da! Exact la asta m-am referit!” De fapt, s-ar putea să constatați că tot ce voia celălalt era să fie înțeleș.

Odată ce ați învățat acest nou punct de vedere, încercați în zilele următoare să priviți câteva situații prin prisma lui. Vedeți cum vă simțiți. Chiar dacă nu veți sfârși prin a-l adopta ca pe o convingere proprie, cel puțin veți înțelege de ce unii oameni reacționează altfel decât dumneavoastră la anumite lucruri. Înțelegerea acestui fapt vă va fi de folos indiferent ce vreți să faceți cu viața dumneavoastră.

Mulți oameni sunt atât de plini de viruși ai minții, de planificări mentale venite din exterior, încât nu consumă prea mult timp și energie pentru a face ce doresc în viață.

De fapt, probabil e corect să spunem că majoritatea oamenilor nici nu știu prea bine ce vor de la viață. Observarea propriilor gânduri și adoptarea unui punct de vedere flexibil sunt cele mai bune instrumente pe care le știu pentru înțelegerea diferenței dintre cine sunteți și cum ați fost programat, încercați-le – o să vă placă!

Piramida învățării

Virusii minții profită de stilurile de învățare ale oamenilor sau de *euristică*. Dezvoltându-vă modul de învățare de la euristica de tip supraviețuire-și-reproducere cu care v-ați născut, puteți să vă imunizați împotriva virusilor minții.

În viață, trecem prin diferite nivele de învățare, care se înalță unul peste altul ca o piramidă. Trecerea de la un nivel al piramidei la următorul necesită nu doar învățarea unei materii diferite, ci și saltul la o manieră cu totul nouă de a învăța și, de fapt, la un mod cu totul nou de a privi lumea.

Oamenii ies din sistemul lor de convingeri ca fluturii din cocon.

Evident, depășirea unui sistem de convingeri nu înseamnă că aceste convingeri au fost greșite sau proaste. Stăpânirea unei modalități de operare astfel încât să te descurci cu ea cu ochii închiși este valoroasă. Îi învățăm pe copiii noștri despre numerele întregi și le dăm timp să le stăpânească înainte de a începe să le vorbim despre

fracții sau numere reale. Asta nu înseamnă că numerele întregi reprezintă ceva rău.

Depășirea propriului sistem de convingeri este mai degrabă transcendere decât respingere. O să vă mai amintiți cum funcționați înainte, dar o să vă dați seama că se poate și mai bine. Așa cum veți vedea, premiul jocului de la Nivelul 3 – trăirea unei vieți libere, pline de sens și de împliniri – nu poate fi obținut doar după Nivelele 1 sau 2.

Primul nivel al piramidei este programarea genetică cu care v-ați născut. Acest nivel a fost învățat pentru dumneavoastră de-a lungul evoluției; pentru a beneficia de avantajele lui nu trebuie să faceți altceva decât să hoinăriți prin viață.

Acest nivel constă din pornirile instinctuale pe care le aveți dumneavoastră și toate animalele – vă amintiți de cele patru instincte primare? Acest nivel vă permite să supraviețuiți și să vă reproduceți în lumea naturii. Prin atracție și respingere, prin foame, furie, frică și dorință e posibil să supraviețuiți fără a învăța nimic altceva. Tot învățământul tradițional, de la grădiniță până la doctorat, este destinat să ne scoată din Nivelul 1.

Unii se opresc aici, neînșușindu-și niciodată autodisciplina necesară pentru a stăpâni Nivelul 2. Persoanelor de Nivelul 1 le lipsește simțul prevederii, autodisciplina și integritatea. Tind să aibă vieți haotice, nefiind capabili să păstreze o slujbă sau să mențină o relație. Chiar dacă par să se bucure mai mult de viață decât cei de Nivel 2, nu trăiesc cu intensitate.

Dacă cele patru instincte primare au reprezentat Nivelul 1 al piramidei învățării, Nivelul 2 este caracterizat de cele 3 baze ale învățăturii. Toate materiile studiate la școală, toate deprinderile învățate și domeniile de studiu alcătuiesc Nivelul 2. Citirea, scrierea și aritmetica – să nu mai vorbim de programarea de calculatoare, științele politice, psihologia și doctrina religioasă – aparțin acestui nivel.

Majoritatea oamenilor se opresc aici. Asimilarea tuturor cunoștințelor și convingerilor care alcătuiesc un Nivel 2 solid necesită atâta muncă și atâta timp și efort, încât îndatorirea de a-l transcende pentru a face saltul la Nivelul 3 pare nu doar dificilă, ci de-a dreptul ridicolă. Dincolo de asta, oamenii care-și amintesc cu cât se vede mai frumoasă viața de la Nivelul 2 decât de la Nivelul 1 nu vor dori să renunțe la cadrul confortabil al sistemului de convingeri care i-a adus aici.

Cei care rămân la Nivelul 2 simt că au intrat într-o rutină sau că viețile lor nu au sens.

Se resemnează sau devin cinici. Deseori ei sunt cei care trăiesc „viețile de tăcută disperare” descrise de Thoreau. Se pot agăța la

nesfârșit de credința lor religioasă, sau de părerea antireligioasă la modă azi că viața nu are sens, sperând că încrederea lor în ceea ce consideră a fi Adevărul Absolut va face ca lucrurile să se îmbunătățească până la urmă. Pot încerca să repete succese trecute sau să treacă la altă religie, dar până nu vor dori să renunțe la încrederea în Adevărul sistemului lor de convingeri, la Nivelul 2 vor rămâne.

În acest punct, s-ar putea să vă întrebați la ce nivel sunteți. Din nou, majoritatea oamenilor sunt la Nivelul 2. Nu vine nimeni să vă bată pe umăr și să vă spună că e momentul să treceți la Nivelul 3. De fapt, veți opune o rezistență considerabilă chiar și la ideea că Nivelul 3 există sau, dacă recunoașteți că există, la ideea că nu sunteți deja acolo. Dacă trăiți o viață de disperare tăcută, sunteți la Nivelul 2. Dacă vă simțiți deseori plictisit, nemotivat, confuz, plin de resentimente, vinovat, nedemn, neputincios sau dacă simțiți că viața dumneavoastră nu are sens, sunteți la Nivelul 2. Dacă faceți doar ceea ce ați făcut întotdeauna, fără să vă gândiți prea mult la ce doriți de la viață, sunteți la Nivelul 2 sau 1.

Acum o să vă spun ceva despre Nivelul 3. Dacă sunteți la Nivelul 2, probabil prima dumneavoastră reacție va fi să comparați ce spun cu ceva ce știți deja și să trageți o concluzie. Aceasta este o strategie de învățare de Nivel 2 care nu funcționează la Nivelul 3. Vă invit să citiți ce urmează având în minte posibilitatea că este ceva diferit de ce știți deja, iar apoi să stați și să meditați puțin la aceste lucruri.

Nivelul 3 se referă la învățarea modului în care să priviți viața ca ceva ce poate fi *creat* cu ajutorul programării și scopului personal – cele două *idei de bază*? – și nu ca un labirint de cunoștințe, convingeri, scopuri și provocări, prin care să alergați ca un șobolan. Este libertatea personală totală – fără presiuni din partea societății, fără sentimente de vinovăție, fără virusii minții. (Știți care e problema cu cursa șobolanilor, nu? Chiar dacă o câștigi, tot șobolan ești.)

La Nivelul 3, vă alegeți un scop pentru viața dumneavoastră și faceți din el prioritatea dumneavoastră absolută. Dacă vă dedicați suficient de mult acestui scop, disonanța cognitivă creată de vechile meme care nu-l sprijină va duce la o oarecare reprogramare. În timp, veți constata că sunteți din ce în ce mai eficient în ceea ce privește îndeplinirea scopului respectiv. Și, din nou, vă recomand să alegeți un scop care vi se pare plin de satisfacții și de sens, motivant și care să vă ofere împlinire. Vă veți bucura de viață și veți face totul bine.

Răspândirea memelor către ceilalți

Dacă scopul pe care l-ați ales implică influențarea vieții altor oameni, veți dori să vă gândiți la a doua problemă etică: *Ce meme*

doriți să răspândiți? Ca și în cazul primei întrebări, sunt mai multe răspunsuri posibile.

O filosofie populară este *Trăiește și lasă-i și pe alții să trăiască*. Eu am convingerile mele, dumneavoastră pe ale dumneavoastră, și e OK. Aceasta este o ramificație a strategiei *ce ne vine la îndemână* și, ca atare, lasă evoluția la cheremul replicatorilor egoiști care nu deserveșc calitatea vieții noastre. Este o poziție foarte tentantă, aproape obligatorie pentru oamenii toleranți dintr-o țară liberă. Dar este o mare diferență între guvernul care impune păreri totalitare și indivizii care răspândesc meme pe care le consideră importante. Trebuie să ne depășim aversiunea față de evanghelizare dacă vrem să avem o influență pozitivă asupra societății; altfel, virușii minții care folosesc evanghelizarea vor câștiga bătălia pentru mințile oamenilor.

Deci, dat fiind că puteți schimba în bine viețile oamenilor răspândind meme intenționat, ce meme veți răspândi? Las asta la latitudinea dumneavoastră. N-ar trebui să vă fie greu, după ce citiți această carte sau *Dincolo de OK*, să vă dați seama că doresc ca oamenii să aibă o viziune clară și corectă asupra lumii și să se bucure de viață. În ce fel de lume v-ar plăcea dumneavoastră să trăiți? Ieșiți în față și produceți o schimbare!

Indiferent dacă considerați sau nu că e etic să influențați convingerile altor adulți – să răspândiți intenționat meme către alți oameni – puțini vor nega valoarea influențării convingerilor *copiilor*, a educării lor. Ce informații noi ne dă memetica despre educarea copiilor? Putem folosi memetică pentru a împiedica infectarea copiilor noștri cu viruși ai minții sau pentru a-i dezinfecta odată ce au fost infectați?

Dezinfectarea copiilor noștri

O modalitate de a privi educarea este să o vedem ca pe o copiere de fapte și idei de la mințile unei generații la mințile generației următoare. O copiere de meme. Ca atare, educația este și ea obiectul aceluiași invazii a virușilor minții ca și restul societății și chiar mai mult din moment ce copierea este scopul ei principal.

Memul *tradiție* dispare greu din educație. E de mirare că sistemul nostru școlar bazat pe clase este esențialmente aceeași structură inventată de Platon cu mai bine de 2000 de ani în urmă? Este surprinzător că încă dăm elevilor trei luni de vacanță de vară chiar dacă de mult nu mai este necesar ca ei să se ocupe de muncile agricole? Iată și întrebarea mea preferată: în ciuda faptului că știm de zeci de ani că ascultarea de prelegeri este cea mai puțin eficientă modalitate de învățare, nu este șocant că încă mai organizăm orele mai ales în acest fel?

Chiar este copierea ideilor și faptelor scopul principal al educației sau ar trebui să fie? Amintiți-vă, fără un efort conștient din partea noastră, ne vom mulțumi doar cu rolul de sclavi mentali ai membrilor, trăind pentru a perpetua și răspândi meme-urile care sunt mai puternice.

Putem alege în mod conștient un scop mai bun al educației decât umplerea minților copiilor noștri cu meme-uri?

„Încă nu le-ați spus ce să gândească!”

Îmi amintesc ce ne-a povestit profesoara de limba rusă când eram la liceu. A spus că tocmai se întorsese din *Soyuz Sovetskikh Sotsialisticheskikh Respublik* Uniunea Sovietică, pentru toată lumea – unde încheiase a doua jumătate dintr-un program de schimb de profesori. Ora de curs se rezuma doar la memorare și exerciții mecanice. Profesorul recita ceva și elevii repetau.

Spunea că profesoara din Rusia era uimită de metodele de predare folosite în America, unde elevilor li se cerea să-și exprime propriile opinii pe teme propuse de profesor. „Cum pot să-și exprime propriile opinii?” a întrebat ea. „Încă nu le-ați spus ce să gândească!”

Uimirea ei indică cel mai important pas înainte făcut de educație în ultimul secol: trecerea de la memorare și însușirea deprinderilor la învățarea cum să gândim. „Noua matematică” din anii '60 era menită să-i învețe pe elevi să gândească abstract referitor la întreg sistemul matematicii în loc să memoreze doar metode și formule. Odată ce elevii învățau cum să gândească în acest domeniu, se spera, puteau folosi această deprindere și în restul vieții lor, transformându-se într-o generație de Einstein-i.

După părerea mea a mers, cel puțin pentru elevii care veneau la școală gata să învețe. Tinerii adulți cu școală de astăzi sunt pregătiți să gândească abstract despre orice, de la politică la propriile minți, ceea ce a dus la prosperarea talk-show-urilor și a industriilor ce se ocupă de sănătatea mentală. Modificarea de accent de la *ce să gândim* la *cum să gândim* – împreună cu anumite evenimente care au zguduit autoritățile, cum ar fi războiul din Vietnam sau conspirația Watergate – a produs o generație de minți întrebătoare. Acești oameni se întreabă de ce lucrurile sunt așa cum sunt, care este sensul vieților lor, ce ar trebui ei să fie. Sunt nemulțumiți.

Reinventarea educației

Există încă o prăpastie uriașă între ce îi învățăm pe copii în timpul primilor lor 18 ani și ce ar fi posibil să îi învățăm. De ce să nu profităm de acești 18 ani? Ce ar trebui să-i învățăm? Și cine hotărăște?

Răspunsul dezamăgitor la prima întrebare, de ce lucrurile sunt așa

cum sunt, este în mare măsură subiectul acestei cărți. Societatea, cultura, structurile puterii – e greu să înțelegem oricare dintre ele pentru că sunt rezultatul evoluției memelor, nu ceva alcătuit de oameni pentru binele nostru. Dar să presupunem că putem inventa ce educație vrem pentru copiii noștri. Care ar fi ea?

Imaginați-vă că răspundeți de crearea unei societăți nou-nouțe. Aveți o școală plină de profesori nerăbdători și de copii cu ochi strălucitori care abia încep clasa întâi. Este treaba dumneavoastră să hotărâți ce să faceți cu acești copii în următorii doisprezece ani pentru a oferi societății șanse maxime de înflorire, iar copiilor șanse maxime de a avea o viață frumoasă, plină. Ce ați face?

Problema cu actualul nostru sistem educațional este că nu punem prea des genul acesta de întrebări, iar când o facem, orice propuneri care necesită schimbări majore sunt respinse de vechile structuri ale puterii și de teama oamenilor de schimbare. Știm că ceva nu e în regulă. Discuțiile care au loc la ora actuală despre stima de sine în clasă și despre educația bazată pe rezultate dovedesc că cel puțin cineva se gândește la această problemă.

Faptul că toată lumea care își poate permite fuge de școlile publice, popularitatea crescândă a învățământului la domiciliu și notele din ce în ce mai mici obținute la testele naționale sunt toate semnale de alarmă care vestesc gravitatea unei crize educaționale ce se apropie cu pași repezi. Dar cum rezolvăm problema? Și dacă ne dăm seama cum să o rezolvăm, cum îi convingem pe cei care se ocupă de asta să o facă?

Ce este mai important?

Repede: porniți ceasul! Abia v-ați născut. Aveți exact o viață să învățați tot ce trebuie să știți pentru a va trăi viața, și apoi s-o trăiți. Gata? *Start!*

Ce învățați? Limbi străine? Capitalele țărilor lumii? Matematică? Să înțelegeți muzica? Orice ar fi, trebuie să învățați în această viață tot ce nu ați primit prin intermediul genelor. Scuze, nu se permit reporturi. Dacă credeți în astfel de lucruri, puteți consulta un mediu pentru a primi niște mici informații din viețile trecute, dar acest lucru necesită tot atâta timp și energie ca și orice altă formă de învățare.

Având în vedere că sunt 1, 4 milioane de cărți în librării, ca să nu mai vorbim de cele care nu se mai găsesc în librării, ci doar în biblioteci, și cele aproximativ 100 .000 care se tipăresc în fiecare an, nu veți avea timp să le citiți pe toate. Cum veți alege?

Pe planetă trăiesc cam cinci miliarde de oameni. Cu cine veți vorbi, pe cine veți urmări, de la cine veți învăța? La ce școală veți merge? Ce materii veți studia? Ce teme veți face și la care veți renunța

pentru a pierde vremea prin cafenele, a vă îmbăta la petreceri sau a învăța alte lecții neacademice ale vieții? Cu cine veți avea relații? Amintiți-vă, căsătoria este cel mai bun (și adesea cel mai scump) atelier de lucru în sprijinul dezvoltării personale din lume. Dar aveți timp să învățați doar de la câțiva oameni. Alegeți, repede!

Mulțumită evoluției genetice, ca și progreselor făcute în medicină și tehnologie, vă nașteți pregătit să supraviețuiți în lumea fizică. Dar lumea minții, a societății și a culturii reprezintă altă poveste. Trebuie să învățați totul, începând cu prima pagină din momentul în care v-ați născut. Și chiar dacă nu învățați, tot supraviețuiți într-un fel sau altul – și poate niciodată nu sesizați diferența, niciodată nu vă dați seama ce ați fi putut să aveți, cum v-ar fi putut fi viața. Trist, dar adevărat.

Aud multe lucruri despre lipsurile sistemului nostru educațional. Adesea, cei care îl critică îl compară cu cel din Japonia, unde copiii merg la școală mai multe ore și zile decât la noi. Observația lor este de obicei aceea că japonezii devin muncitori mai buni și mai eficienți ca rezultat al învățământului mai intensiv. Dar acesta este oare scopul educației?

După părerea mea, nu. Scopul educației este să creeze o societate înfloritoare, în care cât mai mulți oameni să aibă vieți minunate, pline de libertate, fericire și împlinire. Dar nu toată lumea va fi de acord cu mine.

E ușor să găsești oameni și organizații dornici să răspundă la celelalte întrebări, referitoare la sensul vieții. Problema e că răspunsurile respective ori își servesc propriul scop, ori fac parte dintr-un virus al minții gata să vă agațe de un sistem de convingeri religioase. Dar moda actuală de a elimina oricare din aceste întrebări spirituale din programa școlară creează un gol metafizic în sufletul absolvenților, care după câțiva ani încep să tânjească după un sens în viață.

Este bine ca elevii să învețe la școală valorile spirituale? Nu cred, din mai multe motive. În primul rând, *puterea* corupe. Orice persoană sau orice grup care are dreptul de a decide ce valori să predea va fi infectat rapid cu toți vătămătorii și înșelătorii viruși ai minții existenți, ca să nu mai vorbim de unii noi, evoluți special în cinstea ocaziei respective. Acesta este principalul avantaj al separării bisericii de stat.

Poate că soluția este separarea școlii de stat. E momentul să renunțăm la ideea de învățământ public, să abandonăm lupta și să recunoaștem că nu merge? Poate învățământul central, o instituție culturală cu o mare concentrare a puterii, este prea susceptibil la infectarea cu viruși. La modul abstract, este o idee atrăgătoare să eliminăm școlile publice și să deschidem larg spre competiție ușile școlilor.

Cine ajunge să decidă?

Cine ajunge să decidă? Cine ajunge să controleze programarea inițială pe care o dăm copiilor înainte de a-i arunca din cuib și de a-i lăsa să zboare singuri? La ora actuală e destul de aleatoriu. De fapt, școlile sunt atât de slabe în ziua de azi încât copiii sunt programați în mare măsură de televiziune. Nu prea mai facem vreun efort conștient să dirijăm viețile copiilor noștri ajunși la vârsta școlară. Mulți profesori suprasolicitați se plâng că ei sunt singurii care se străduiesc și că le e prea greu. În consecință, copiii fără o viață de familie organizată sunt absorbiți de o explozie de subculturi cu meme puternice, orientate spre tineri: bandele.

A spune că e treaba părinților să ofere copiilor un sistem de valori și îndrumare nu are sens în cazul acestor copii care nu prea au cine știe ce familie. Școala este locul în care se descoperă ce-i interesează pe acești copii și în care li se arată că au ocazia să trăiască o viață minunată.

Următoarea mare schimbare

Oricare ar fi metoda, următoarea mare schimbare în educație trebuie să fie la fel de mare ca deplasarea interesului de la memorare la a învăța cum să gândești. Următorul pas în educație este învățarea copiilor să decidă singuri ce e mai important în viață – facilitarea saltului lor către Nivelul 3 din piramida învățării.

Asta înseamnă să le dăm posibilitatea să descopere ce-i interesează, ce-i motivează, ce-i face să se simtă valoroși (știți dumneavoastră, stima de sine) și ce dă sens vieții lor. Înseamnă să le spunem că scopul vieții lor este să obțină cât mai mult din aceste lucruri, nu să fie doar pionii în mecanismul autoperpetuant al culturii aleatorii. Trebuie să mergem dincolo de a le oferi resorturi care să le spună să „pună sub semnul îndoielii autoritatea” sau autocolante cu îndemnul de a „submina paradigma dominantă” și să le permitem să fie propria lor autoritate și să-și creeze propria lor paradigmă. Înseamnă să-i învățăm să fie conștienți! Conștienți! Conștienți! Conștienți!

E înspăimântător? Sigur că da. Dar singurul mod în care putem devia cursul evoluției noastre de la acțiunea forței haotice a membrilor și îl putem pune în mâinile indivizilor este să fim absolut de neclintit în convingerea noastră că fiecare individ are dreptul la viață, libertate și căutarea fericirii. La ora actuală îi învățăm pe copii doar să caute note și aprobare. Căutarea aprobării este o invitație specială la Balul Virușilor. Vă infectează cu orice virus al puterii care acționează cele mai multe dintre resorturile dumneavoastră. Copiii trebuie învățați să discearnă și să-și urmărească propriile valori.

O să fie o treabă foarte grea alcătuirea unei programe care chiar să ajute la programarea *tuturor* copiilor pentru o viață de libertate și fericire, nu una de sclavie sau disperare. E o treabă și mai grea s-o impunem școlilor și s-o punem în funcțiune. Pare aproape imposibil, dar ce altceva putem face? Eu am făcut un mic pas spre acest deziderat scriind aceste cuvinte. Restul depinde de dumneavoastră. Și acționați repede. Aceasta chiar este o criză.

Bibliografie recomandată

Evoluție

Dawkins, Richard, *The Blind Watchmaker / Ceasornicarul orb* (Norton, 1986). Un argument convingător în favoarea evoluției speciilor prin selecție naturală, incluzând atacuri nemiloase la adresa creaționiștilor și a altor eretici ne-darwiniști.

Dawkins, Richard, *River Out of Eden: A Darwinian View of Life / Râul din Rai: O viziune darwinistă asupra vieții* (Basic Books, 1995). Rezumatul activ al ultimelor descoperiri în biologia evoluționistă. Dacă aveți la dispoziție doar câteva ore în care să învățați despre evoluție, aceasta este cartea pe care trebuie s-o citiți.

Dawkins, Richard, *The Selfish Gene / Gena egoistă*, ediție nouă (Oxford University Press, 1989). O explicație excelentă a conceptului de genă egoistă. Prima carte care descrie conceptul de memă.

Dennett, Daniel C., *Darwin's Dangerous Idea: Evolution and the Meanings of Life / Ideea periculoasă a lui Darwin: evoluția și sensul vieții* (Simon & Schuster, 1995). O explorare lucidă, amănunțită și strălucită a darwinismului universal: cum se poate aplica și se aplică evoluția prin selecție naturală la toate aspectele universului.

Plotkin, Henry, *Darwin Machines and the nature of Knowledge / Mașinile darwiniste și natura cunoașterii* (Harvard University Press, 1993). O explorare intelectuală, plină de miez a bazei evoluționiste a cunoașterii și învățării, disciplină cunoscută sub numele de epistemologie evoluționistă.

Evoluția calculatoarelor

Levy, Steven, *Artificial Life / Viața artificială* (Vintage Books, 1992). O trecere în revistă fascinantă a ultimelor descoperiri în acest nou domeniu al științei despre calculatoare.

Evoluția memelor

Csikszentmihalyi, Mihaly, *The evolving Self / Sinele în evoluție* (HarperCollins, 1993). Gânduri despre viitor, văzut prin prisma teoriei evoluției memetice.

Psihologie evoluționistă

Buss, David M., *The evolution of Desire / Evoluția dorinței* (Basic Books, 1994). O expunere clară asupra aspectului privitor la strategia

de împerechere din cadrul psihologiei evoluționiste, susținut de studii academice impresionante.

Dennett, Daniel C., *Consciousness Explained / Conștiința explicată* (Little, Brown, 1991). O capodoperă despre natura gândirii umane, cu o secțiune excelentă despre meme.

Wright, Robert, *The Moral Animal: Why We Are the Way We Are: The New Science of Evolutionary Psychology / Animalul moral: de ce suntem așa cum suntem: noua știință a psihologiei evoluționistei* (Pantheon, 1994). O examinare incisivă a evoluției divergente a strategiilor de împerechere ale bărbaților și femeilor, combinată cu biografia lui Darwin.

Rolurile bărbaților și femeilor

Gray, John, *Men are from Mars, Women are from Venus / Bărbații sunt de pe Marte, femeile sunt de pe Venus* (HarperCollins, 1992). O carte practică, directă, care explică diferențele dintre nevoile și stilurile de comunicare într-o relație ale bărbaților și femeilor.

Virusii culturali

Bulgatz, Joseph, *Ponzi Schemes, Invaders from Mars & More Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds / Schemele lui Ponzi, invadatorii de pe Marte & alte iluzii extraordinare de succes și nebunia mulțimilor* (Harmony Books, 1992). Povestiri uimitoare despre virusi ai minții istorici. Singurul lucru pe care îl învățăm din istorie este că nu învățăm din istorie.

Rushkoff, Douglas, *Media Virus! / Virusul media!* (Ballantine Books, 1994). O explorare interesantă a evoluției televiziunii și o speculație pe marginea utilizării cailor troieni pentru gruparea unor programe ascunse împreună cu anumite meme plăcute.

Culte și programarea

Cialdini, Robert, B., *Influence: The Psychology of Persuasion / Influență: psihologia persuasiunii, ediție revizuită* (Quill, 1993). O carte care te pune pe gânduri, dar ușor de citit despre tehnicile psihologice care sunt utilizate zilnic pentru a influența oamenii. Dacă v-a plăcut Capitolul 8, vă va plăcea la nebunie această carte.

McWilliams, Peter, *Life 102: What to Do When Your Guru Sues You / Viața 102: Ce să faceți dacă guruul dumneavoastră vă dă în judecată* (Prelude Press, 1994). Autorul câtorva best-selleruri despre autoperfecționare prezintă evenimentele în urma cărora a petrecut 15 ani într-un cult și i-a donat 1 milion de dolari.

Zen

Cleary, Thomas, *No Barrier: Unlocking the Zen Koan / Nicio barieră: descifrarea koan-ului Zen* (Bantam, 1993). Superbă explicare a filosofiei Zen, care conține și o traducere excelentă a celei mai celebre cărți de povestiri Zen, *Wumenguan*.

Hofstadter, Douglas R., *Godel, Escher, Bach: An Eternal Golden Braid / Godel, Escher, Bach: o eternă panglică de aur* (Vintage, 1979). Deși Thomas Cleary pretinde că Hofstadter nu prea înțelege cum trebuie Zen, orice persoană care studiază serios natura minții ar trebui să citească acest chin al dragostei ce a primit Premiul Pulitzer.

Pirsig, Robert M., *Zen and the Art of Motorcycle Maintenance / Zen și arta întreținerii motocicletei* (Bantam, 1974). O narațiune autobiografică privind cercetările autorului asupra naturii realității, distincțiilor și sănătății mentale. Începe ca o carte de călătorii, dar cotește brusc către filosofie în Capitolul 6.

Scopul vieții

Brodie, Richard, *Getting Past OK: A Straightforward Guide to Having a Fantastic Life / Dincolo de OK: ghid direct spre obținerea unei vieți fantastice* (Warner Books, 1995). Cum să folosiți arta reprogramării mentale pentru a vă îmbunătăți calitatea vieții, totul povestit prin prisma experiențelor personale ale autorului și ilustrat cu benzi desenate cu Eggbert.

Frankl, Viktor, *Man's Search for Meaning / Căutarea sensului de către om* (Washington Square Press, 1984). Un argument impresionant, bine gândit și convingător în favoarea stabilirii unui scop în viață, oferit prin prisma unor experiențe de viață directe din lagărele de concentrare naziste.

Maslow, A.H., *The Farther Reaches of Human Nature / Cele mai îndepărtate limite ale naturii umane* (Penguin, 1971). O lectură foarte dificilă despre natura realizării de sine și înaltele valori umane, dar dacă vă plac sursele de încredere, Maslow este cel mai bun.

Mulțumiri

Susan Goplen, Greg Kusnick, Bill Marklyn și Steven Salta m-au ajutat foarte mult în ceea ce privește forma și conținutul cărții *Virusul minții*, dedicându-i timp și atenție. Sprijinul lor nu este evident doar din ideile pe care mi le-au oferit, ci și din faptul că volumul a apărut și datorită entuziasmului lor.

Marc de Hingh, Bob Matthews și Lloyd Sieden au citit manuscrisul, făcând observații care au dus la îmbunătățirea clarității textului. Pe

baza întrebărilor și criticii lor lucide am rescris capitole întregi.

George Atherton, Jon Bazemore, Robin Burchett, Dan Dennett, Ashton MacAndrews, Holly Marklyn, Elan Moritz, Richard Pocklington, Peter Rinearson, Matthew Senă, Charles Simonyi, Brett Thomas și Eric Zinda au găsit timp, în ciuda programului lor aglomerat, pentru a face comentarii asupra manuscrisului. Contribuția fiecăruia este evidentă în cel puțin o modificare în bine adusă conținutului cărții.

Fratele meu Mike Brodie a venit din Asia de sud-est exact la timp pentru a-mi oferi sprijin moral și o ultimă corectură a cărții.

Liz Greene m-a ajutat cu corectura actualei ediții.

În sfârșit, mulțumiri lui Richard Dawkins care a fost deosebit de elegant când a descoperit că din greșeală „furasem” titlul pe care îl folosisese el pentru un eseu („Virusii minții”).

Genele mele vă mulțumesc. Memele mele vă mulțumesc. Virusii minții mele vă mulțumesc. Și eu vă mulțumesc.

Despre autor

Richard Brodie este cel mai bine cunoscut ca autor al programului Microsoft Word. Cartea sa *Dincolo de OK* este un best-seller internațional. Richard a apărut la zeci de emisiuni de radio și televiziune, inclusiv la emisiunea lui Oprah Winfrey.

Richard continuă să aibă multe și variate pasiuni despre care scrie din când în când la **www.liontales.com**.

Observații

[←1]

Bande de stradă rivale, ambele localizate în Los Angeles, California. – *n.t.*

[←2]

Sectă neoprotestantă fondată în 1955, ca urmare a unei schisme în cadrul sectei adventiste membrii ei au fost asediați de forțele FBI într-o fermă din Waco, statul Texas. – *n.t.*

Kusnick, Charles și eu am lucrat împreună la Xerox în a doua jumătate a anilor 1970. Motivul pentru care lui Kusnick i se spune mereu pe numele de familie este că mai erau doi bărbați cu prenumele Greg care lucrau cu Charles în perioada respectivă. Sunetul distinctiv pe care-l făcea Charles scoțând capul pe hol și strigând „Kusnick!” era o memă ușor de reținut. Oricum, ca parte din orientarea/îndoctrinarea pe care o aplica Xerox angajaților, am fost învățați să nu folosim niciodată marca înregistrată a companiei ca termen generic pentru „fotocopie”. Am rămas cu ambele meme. – *n.a.*

[←4]

Pentru informații legate de operele acestor oameni de știință
vezi Bibliografia recomandată de la sfârșitul acestei cărți. – *n.a.*

Acest lucru se apropie de fapt de ceea ce se întâmplă în practica terapiei cognitive, folosită prima dată de psihologul Albert Ellis și de psihiatrul Aaron Beck în anii '50. Specialiștii în terapie cognitivă susțin că stările mentale nedorite cum ar fi depresia sunt rezultatul unei gândiri (cogniții) incorecte despre lume și viață. Din moment ce pacientul are un model incorect al realității, este normal să aibă dificultăți în a reuși în viață. Terapeutul cognitiv discută cu pacientul și dezvăluie și „corectează“ în mod metodic convingerile ilogice și inexacte, oferindu-i în final pacientului un model mai bun de lucru referitor la cum să procedeze în continuare și, prin urmare, o stare de bine. – *n.a.*

[←6]

În această carte scriu Adevăr și Adevărat cu A mare când mă refer la conceptul de adevăr absolut, etern – concept care adesea duce la Probleme. – *n.a.*

[←7]

Dar poate membrul *Nu vreau să fiu ca mama* s-a transmis direct. –

n.a.

Chiar și jumătatea de adevăr „Soarele apune la vest“ are premise îndoielnice. Stăteam pe terasa casei mele din Seattle pe 4 iulie, privind un apus minunat, când deodată m-am gândit: *Hei! Soarele apune la nord!* Sunt convins că, pe terasa mea îndreptată spre vest, a trebuit să mă întorc la 90 de grade ca să văd apusul.

Ce se petrecea? În primul rând, nu e Adevărat că terasa mea e îndreptată spre vest. În Seattle, numim direcția care dă spre Golful Elliott „vest“; totuși, în dreptul locuinței mele este o cotitură a liniei țărmului, astfel încât direcția este mai mult sud-vest.

În al doilea rând, soarele chiar nu apune totdeauna la vest. La nord de cercul polar de nord, desigur, sunt zile de vară în care soarele nu apune deloc; doar coboară puțin spre Polul Nord, apoi o ia din nou în sus. Dacă vă aflați puțin mai jos de cercul polar de nord – să zicem în Finlanda – aveți o noapte cu adevărat scurtă la solstițiul de vară când soarele trece rapid de linia orizontului – *drept la nord!* În Seattle, în timpul zilelor lungi și al nopților scurte din preajma solstițiului de vară, soarele apune și răsare destul de departe în nord. Acest două jumătăți de adevăr s-au combinat pentru a-mi da „apusul nordic“. (Multe mulțumiri lui William Calvin pentru aceste „dovezi“ de bun simț ale apusurilor nordice.) – *n.a.*

[←9]

Dacă vă gândeați cumva că Dumnezeu este cea mai puternică forță din univers, amintiți-vă că el ne-a creat după chipul și asemănarea Lui. Autocopiere! – *n.a.*

Când acest lucru se va întâmpla, totuși, va fi probabil prin intermediul limbajelor de nivel înalt care „compilează” intențiile inginerului genetician în structuri de ADN, așa cum limbajul de programare C compilează intențiile programatorului de calculatoare în *limbaj mașină*, adică în instrucțiuni pe care să le execute calculatorul. Când vom ajunge să înțelegem cum merg aceste lucruri îi vom vedea pe cei de la Walmart vânzând „aspiratoare vii” care vor mișuna prin casele noastre noaptea mâncând praful de pe podele și covoare. Iar posibilitățile pentru industria de divertisment pentru adulți sunt nelimitate, deși deranjante din punct de vedere moral. – *n.a.*

Acest punct de vedere al virusului este ceea ce biologii evoluționiști numesc *greșeală teleologică*: tendința de a atribui motive complexe evoluționiste unor biomolecule sau unor animale necuvântătoare. Ceea ce observăm la aceste ființe sunt niște „cunoștințe“ rezultate în urma a miliarde de ani de evoluție, și nu gânduri memetice ca cele pe care le avem noi. – *n.a.*

Experimentele privind elaborarea de modele evoluționiste pe calculator fac parte din noul și fascinantul domeniu cunoscut sub numele de *viață artificială*. Pentru a afla mai multe despre el citiți excelenta carte a lui Steven Levy *Artificial Life / Viața artificială* (Vintage Books, 1993). – *n.a.*

[←13]

Din moment ce tatăl are și el, parțial, același ADN, puiul poate avea, de fapt, mai mult de jumătate. – *n.a.*

[←14]

John Donne (1572–1631), poet și predicator englez, reprezentant al Școlii metafizice. – *n.t.*

[←15]

Cursă hipică anuală ce are loc în Louisville, statul Kentucky, în care aleargă cai de trei ani pe o distanță de aproximativ 2 km. – *n.t.*

[←16]

Celebru fizician britanic, cu contribuții în studierea găurilor negre, dar suferind de o formă de scleroză și fiind paralizat. – *n.t.*

[←17]

Scriitoare americană surdă și nevăzătoare. – *n.t.*

Feldman, David, *Când au cutreierat pudelii sălbatici pământul?* (Harper Perennial, 1992). Cărțile au pagini albe la sfârșit deoarece tipografiile tipăresc mai multe pagini odată pe o singură foaie numită semnătură. Când cartea nu are un număr par de semnături, există pagini albe. Butonul de închidere a ușilor de la lift este folosit cu precădere de pompieri în timpul procedurilor de urgență. Deși uneori servește la închiderea ușilor și în situații normale, de obicei nu are niciun rol. – *n.a.*

Un membru al Mensa, societatea internațională a oamenilor cu un coeficient de inteligență care îi plasează între primii 2 %, a elaborat următorul slogan, încercând să mențină ADN-ul care produce inteligență ridicată:

Cu cât sunteți mai deștepți, cu atât ar trebui să aveți mai mulți copii.

Deși un apel ca acesta poate părea foarte departe de visul lui Hitler de a popula pământul cu o rasă superioară, există puține lucruri mai controversate decât sugestia unei selecții a oamenilor, oricare ar fi scopul ei! – *n.a.*

Căprioarele, desigur, n-au avut mult timp la dispoziție pentru a se adapta la recenta invenție a armelor de foc, dar să nu fim surprinși dacă peste câteva generații vom vedea majoritatea căprioarelor cu vedere în culori, piele groasă sau capete urâte, diforme pe care nimeni nu le va dori ca trofee. Deja în unele părți din sud-vestul Statelor Unite cea mai comună varietate de șarpe cu clopoței este nezmotoasă: își ridică și scutură coada ca și celelalte, dar nu scoate niciun sunet. Dacă faci prea mult zgomot riști să fii împușcat. – *n.a.*

De fapt, din moment ce avem în mare același ADN ca animalele, e normal să ne pese și de ele. Ar fi interesant de văzut un studiu care corelează cât de mult iubesc oamenii anumite specii de animale cu cantitatea de ADN pe care speciile respective o au în comun cu noi. Sunt sigur că pisicile și câinii i-ar bate pe cimpanzei, în ciuda faptului că cimpanzeii au mai mult ADN comun cu noi. De ce? Vedeți subcapitolul despre animalele de companie. – *n.a.*

William Congreve (1670–1729), poet și dramaturg englez. În text se face referire la o replică din piesa *The Mourning Bride* (*Mireasa îndoliată*). – *n.t.*

R.W. Emerson (1803–1882), poet, eseist și filosof american, inițiator al așa-numitei mișcări transcendentaliste. – *n.t.*

1,001 Facts Somebody Screwed Up (1001 de fapte pe care cineva le-a încurcat) de Deanne Jordan (Longstreet Press, 1993). Jordan afirmă în mod stânjenitor că „Emerson – Ralph Waldo – n-a spus: *Inconsecvența* este sperietoarea minților mărunte, ci: *Inconsecvența* prostească este sperietoarea minților mărunte. Mare diferență.” Da. – n.a.

Evoluția scrisorilor în lanț este un studiu interesant. O postare recentă pe Internet avertiza că există un mesaj care *nu trebuie citit* deoarece conține un virus. Normal că autorul cerea oamenilor să copieze și să reposteze avertismentul astfel încât să-i protejeze și pe alții. Utilizatorii atenți ai internetului s-au întrebat cum poate conține un mesaj un virus de calculator – calculatoarele trebuie să ruleze un program pentru a fi infectate cu un virus, nu e suficient să expună un text. Dar timp de aproximativ o săptămână, au existat peste tot copii ale mesajului de avertisment. În care mesaj electronic credeți că se afla virusul? – *n.a.*

David Buss pune în discuție în cartea sa *The Evolution of Desire* (*Evoluția dorinței*) câteva studii care arată cauze uimitor de diferite ale geloziei bărbaților și femeilor. Într-un studiu efectuat de Buss însuși, 60 % din bărbați au declarat că preferă ca partenera lor să se atașeze emoțional de un alt bărbat decât să aibă relații sexuale extraconjugale. Spre deosebire de ei, 83 % din femei au declarat că preferă infidelitatea sexuală celei emoționale. – *n.a.*

Mai există un instinct asociat cu siguranța, pe care l-aș putea numi repulsie. Ca un alt exemplu ce demonstrează natura aleatorie a evoluției și din niciun motiv special, simțim repulsie în fața unor pericole și teamă în fața altora. Cred că repulsia este un mecanism mai vechi și mai simplu decât frica. Spun acest lucru deoarece lucrurile care ne repugnă reprezintă pericole mai vechi cum ar fi trupuri vizibil bolnave, aburi otrăvitori sau mirosuri toxice. Natura a dezvoltat separat mai multe instincte legate de siguranța noastră: chiar și cele mai primitive organisme unicelulare manifestă tendința de a se îndepărta de mediile ostile și a se apropia de cele mai propice. – *n.a.*

[←28]

Cel puțin așa *cred* ei. S-ar putea ca și ei să fie păcăliți de propria programare memetică! Mai multe despre asta în Capitolul 9. – *n.a.*

[←29]

Vezi pagina 157. – *n.t.*

[←30]

Personal, de când am citit prima oară despre reclama subliminală, am văzut cuvântul sex în fiecare pahar de băutură alcoolică cu gheață – acum am o memă-distincție pentru asta! – *n.a.*

[←31]

Agentul publicitar, respectiv șeful lui din serialul american *Ce vrăji a mai făcut nevasta mea.* – *n.t.*

Mascota țigărilor Camel, între 1987 și 1997. În urma procesului intentat producătorului țigărilor Camei, s-a stabilit, pe baza unor documente interne ale companiei, că într-adevăr se urmărea atragerea consumatorilor tineri spre această marcă de țigarete. – *n.t.*

[←33]

Joc de cuvinte între numele berii, Bud, și substantivul comun omonim (*bud*) care înseamnă prieten.

Cartea lui Douglas Rushkoff *Media Virus! / Virusul Media!* (Ballantine, 1994) ilustrează foarte detaliat această idee. El folosește termenul virus în accepțiunea pe care o dau eu sintagmei *cal troian* – adică un grup de meme cu un strat atrăgător deasupra și un program ascuns dedesubt. *n.a.*

[←35]

Ca dovadă, unul din redactori mi-a scris aici pe margine: „Fiți atent, n-o îndepărtați pe Oprah!“

N-am îndepărtat-o, nu?:) – *n.a.*

[←36]

Gazda celui mai urmărit program radio din SUA, comentator politic de orientare conservatoare. – *n.t.*

[←37]

Jurnalist și scriitor american, cu vederi economice conservatoare, dar cu poziții libertariene în privința moravurilor.

Sursa: „Advance Report of Final Mortality Statistics, 1992“ („Raport asupra statisticilor mortalității, 1992“) din *Monthly Vital Statistics Report*, Voi. 43, No. 6, *Supplement*, 22 martie, 1995 (corectat și retipărit). Departamentul de Servicii Umane și de Sănătate al Statelor Unite, Serviciul Public de Sănătate, Centrele pentru Controlul și Prevenirea Bolilor, Centrul Național pentru Statistică în Domeniul Sănătății. – *n.a.*

La ora actuală istoria religiei plasează inventarea memei „iad“ în vremea când evreii erau sub ocupație romană. Atunci nu era legat de *evangelism*; se considera că astfel se explică de ce Dumnezeu permitea ca Poporul Ales să o ducă atât de rău față de gentili – s-ar putea ca romanii să o ducă bine acum, dar mai târziu îi așteaptă *iadul*. Iadul este doar o parte minoră din dogma evreiască. A prins la creștini doar când, în combinație cu memul-strategie *evangelism*, a impus răspândirea creștinismului și mântuirea necredincioșilor. – *n.a.*

[←40]

Trebuie să crezi înainte de a putea mânca: sărbătorile sunt doar pentru credincioșii Baha'i. – *n.a.*

Există chiar un tip care călătorește prin lume, vorbind despre faptul că teoria despre originea speciilor prin evoluție nu poate fi adevărată – un fel de dezinformare religioasă! Am urmărit unul din discursurile sale la televizor și m-am distrat încercând să găsesc punctele slabe ale argumentației sale. Era ceva de genul acesta:

„Uitați-vă la minunatele culori ale păsărilor! Nu au nicio explicație științifică! Pur și simplu sunt minunate! Sunt evident creația lui Dumnezeu!

Uitați-vă cât de complicat este ochiul! Imposibil să fie rezultatul evoluției! Trebuie să fie creația lui Dumnezeu!

Dinozaurii au dispărut fără niciun motiv evident! Știința nu poate explica acest lucru! Mie mi se pare a fi opera lui Dumnezeu: probabil au fost surprinși de Potop!”

(Eu cred că erau prea mari să încapă în Arca lui Noe.)

Dacă punctele slabe ale argumentației sale nu vi se par evidente și dacă vă place să criticați violent creaționismul, citiți cartea lui Richard Dawkins *The Blind Watchmaker / Ceasornicarul orb* (Norton, 1987). – *n.a.*

O analiză amuzantă a schemei originale a lui Ponzi și a altor fenomene interesante asemănătoare virușilor apare în cartea lui Joseph Bulgatz, *Ponzi Schemes, Invaders from Mars, & More Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds / Schemele lui Ponzi, invadatorii de pe Marte & alte iluzii extraordinare de succes și nebunia mulțimilor* (Harmony Books, 1992). – n.a.

Am putut să lucrez atâția ani la Microsoft pentru că aceste valori erau și ale mele. Îmi place să fiu un fel de agent special care vine și salvează situația. De fapt, după succesul fantastic obținut de Microsoft, am simțit că se descurcă atât de bine că nu mai au nevoie de mine. Faptul că am simțit că mi-am pierdut rostul a dus la pierderea interesului pentru serviciul de acolo și în final a contribuit la decizia de a deveni scriitor și profesor. Înainte de a pleca totuși, m-am gândit să mă alătur diviziei lor de consum, unde provocarea de a ajunge lider de piață pornind de la zero s-a materializat din nou. – *n.a.*

Să nu înțelegeți de aici că toate seminariile sunt niște înșelătorii. Pot să afirm fără nici un dubiu că participarea la cel puțin o serie de seminarii care utilizează acest înveliș de virus a fost una din cele mai valoroase experiențe din viața mea. Din nefericire, însă, am participat și la câteva care sunt culte autentice. Sfatul meu: înainte de a vă înscrie la vreunul din aceste cursuri, cereți sfatul cuiva în care aveți încredere, care duce o viață pe care o admirați și care nu are nimic de-a face cu organizația respectivă de cel puțin trei ani. – *n.a.*

[←45]

Henry David Thoreau (1817–1862) eseist, filosof și naturalist american. – *n.t.*

Pentru un curs minunat despre cum să te descurci singur cu povestioarele *koan*, vezi traducerea făcută de Thomas Cleary celei mai cunoscute colecții de *koan* -uri, intitulată *No Barrier / Nicio barieră* (Bantam Books, 1993). – *n.t.*